



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO
TURÍSTICO PARA EL CANTÓN CHILLANES, PROVINCIA DE BOLÍVAR**

CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO
DE INGENIERA EN ECOTURISMO**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA-ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN

El suscrito tribunal de trabajo de titulación, certifica que: la memoria del trabajo de investigación denominado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN CHILLANES, PROVINCIA DE BOLÍVAR**”, de responsabilidad de la señorita Egresada **Cristina Natalí Paredes Agualsaca**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación y defensa.

Ing. Catalina Verdugo

DIRECTORA

.....

Ing. Paúl Jínez

MIEMBRO

.....

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, Junio del 2015

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo a Dios por permitirme seguir con vida y ayudarme a cumplir una de mis metas, a mi Virgencita del Cisne a quien siempre he encomendado todo lo que hago.

A mis Padres con todo mi cariño por su amor, cuidado, comprensión, sacrificio, ejemplo de trabajo y tenacidad, gracias a ellos hoy soy lo que soy.

A mis hermanos por su cariño y comprensión.

A mi hijo Nicolás quien es la alegría de mi vida y el motor para salir adelante, no hay dicha más grande que ser tu madre y compartir mis sueños y esperanzas junto a ti.

A mi esposo por su amor incondicional, quien siempre ha estado a mi lado apoyándome en todo lo que me he propuesto hacer.

AGRADECIMIENTO

Todo mi agradecimiento a Dios y a la Virgen del Cisne por las bendiciones recibidas.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo por formar excelentes profesionales competitivos.

A la Ingeniera Catalina Verdugo y al Ingeniero Paúl Jínez por ser más que tutores amigos, por su tiempo, paciencia, conocimientos que ayudaron a la culminación de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE FOTOS	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	v
ÍNDICE DE CUADROS	vii
I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN CHILLANES, PROVINCIA DE BOLÍVAR	1
II. INTRODUCCIÓN	1
A. JUSTIFICACIÓN	2
B. OBJETIVOS	3
1. Objetivo General	3
2. Objetivos Específicos	3
C. HIPÓTESIS	4
1. Hipótesis de trabajo	4
III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA	5
A. TURISMO	5
1. Concepto	5
2. Turismo consciente	6
3. Potencial turístico	6
B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	7
1. Objetivos que determinan la Factibilidad	7
2. Proyecto factible	8
C. DIAGNOSTICO	8
1. Concepto	8
D. ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS	9
1. Matriz FODA	9
2. Matriz CPES	9
E. ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS	10
1. Clasificación de atractivos	10
F. ESTUDIO DE MERCADO	12

1. Concepto	12
2. Objetivos del estudio de mercado	12
3. Determinación del universo y la muestra	14
4. Análisis de la oferta	15
5. Análisis de la competencia	15
G. PRODUCTO TURÍSTICO	17
1. Concepto	17
2. Diseño de un producto turístico	18
3. Características de un producto turístico	18
4. Etapas de diseño	19
H. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	20
1. Concepto	20
2. Canal de distribución	20
3. Estrategias de canal de distribución	20
4. Canales de promoción	23
I. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO	23
1. Aspecto administrativo	23
2. Organización	24
3. Criterio de ordenamiento de recursos	24
4. Departamentalización	24
5. Selección del personal	25
6. Aspecto legal	26
J. ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES	26
1. Concepto	26
2. Evaluación de impactos ambientales	26
3. Estudio de impactos ambientales	27
4. Matriz lázaro lagos	27
K. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	28
1. Inversiones en el periodo pre-operacional	28
2. Valor actual neto (VAN)	31
3. Tasa interna de retorno (TIR)	31
4. Relación costo beneficio (RCB)	32
IV. MATERIALES Y MÉTODOS	33

A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	33
1.	Localización	33
2.	Ubicación geográfica	33
3.	Límites	33
4.	Características climáticas	33
5.	Características ecológicas	34
6.	Características de suelo	34
7.	Materiales y equipos	35
B.	METODOLOGÍA	36
1.	Primer objetivo: Evaluar el potencial turístico del cantón Chillanes	36
2.	Segundo objetivo: Determinar la viabilidad comercial para la creación de un producto turístico	37
3.	Tercer objetivo: Determinar la viabilidad técnica para la creación de un producto turístico	39
4.	Cuarto objetivo: Determinar la viabilidad ambiental y social para la creación de un producto turístico	40
5.	Quinto objetivo: Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de un producto turístico	40
6.	Sexto objetivo: Determinar la viabilidad económica para la creación de un producto turístico	41
V.	RESULTADOS	42
A.	Potencial turístico del cantón Chillanes	42
B.	Viabilidad comercial	75
C.	Viabilidad técnica	151
D.	Viabilidad ambiental	192
E.	Viabilidad legal, administrativa	196
F.	Viabilidad económica	257
VI.	CONCLUSIONES	277
VII.	RECOMENDACIONES	279
VIII.	RESUMEN	280
IX.	SUMMARY	281
X.	BIBLIOGRAFIA	282
XI.	ANEXOS	284

ÍNDICE DE FOTOS

Foto N° 01. Bosque Nativo de Tiquibuzo	75
Foto N° 02.Laguna de Tiquibuzo	79
Foto N° 03.Mirador de Torreloma	83
Foto N° 04.Laguna San Juan de Azapi	87
Foto N° 05.Bosque Protector Chillanes Bucay	91
Foto N° 06.Cascada de Piedra Blanca	95
Foto N° 07.Rio del Oro	99
Foto N° 08.Iglesia Santa Rita de Casia	103
Foto N° 09.Fiestas patronales Santa Rita de Casia	107
Foto N° 10.Carnaval de Chillanes	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01. Administración Interna	65
Gráfico N° 02. Mapa de Atractivos turísticos naturales del cantón Chillanes	154
Gráfico N° 03. Mapa del recorrido del paquete 01	158
Gráfico N° 04. Mapa del recorrido del paquete 02	162
Gráfico N° 05. Mapa del recorrido del paquete 03	166
Gráfico N° 06. Valla de bienvenida parroquial	170
Gráfico N° 07. Tótem de atractivos	172
Gráfico N° 08. Orientativo de atractivos y servicios	174
Gráfico N° 09. Letrero restrictivo	176
Gráfico N° 10. <i>Imagotipo</i>	179
Gráfico N° 11. Página web	187
Gráfico N° 12. Página de Facebook	188
Gráfico N° 13. Volante	188
Gráfico N° 14. Tríptico	189
Gráfico N° 15. Esfero	190
Gráfico N° 16. Vaso	190
Gráfico N° 17. Gorra	190
Gráfico N° 18. Organigrama estructural	219
Gráfico N° 19. Organigrama funcional	220
Gráfico N° 20. Flujograma de reservación y venta de paquetes	248
Gráfico N° 21. Flujograma de guianza	249
Gráfico N° 22. Flujograma de camping	250
Gráfico N° 23. Flujograma de Canyoning	251
Gráfico N° 24. Flujograma de Senderismo	252
Gráfico N° 25. Flujograma de Cabalgata	253
Gráfico N° 26. Lugar de procedencia	290
Gráfico N° 27. Género	290
Gráfico N° 28. Nivel de Educación	291
Gráfico N° 29. Edad	291
Gráfico N° 30. Estado civil	292
Gráfico N° 31. Ocupación	292

Gráfico N° 32. Motivación de viaje	293
Gráfico N° 33. Número de personas que viajan	293
Gráfico N° 34. Tiempo disponible de visita	294
Gráfico N° 35. Frecuencia con la que realizan actividades turísticas	294
Gráfico N° 36. Tipo de turismo preferido	295
Gráfico N° 37. Actividades a incluirse en el producto turístico	295
Gráfico N° 38. Tipo de alojamiento preferido	296
Gráfico N° 39. Tipo de alimentación preferida	296
Gráfico N° 40. Medios de comunicación	297
Gráfico N° 41. Capacidad de gasto	297
Gráfico N° 42. Forma de pago	298
Gráfico N° 43. Disponibilidad para comprar paquetes turísticos	298

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01. Vías de acceso cantón Chillanes	43
Cuadro N° 02. Edad de la población	45
Cuadro N° 03. Salud	47
Cuadro N° 04. Infraestructura de Educación primaria y secundaria	48
Cuadro N° 05. Medios de transporte para el cantón Chillanes	50
Cuadro N° 06. Sistema Hídrico del cantón Chillanes	54
Cuadro N° 07. Uso y aprovechamiento de caudales concesionados	55
Cuadro N° 08. Susceptibilidad a inundaciones en el cantón Chillanes	56
Cuadro N° 09. Parámetros hídricos del cantón Chillanes	57
Cuadro N° 10. Problemas ambientales	60
Cuadro N° 11. Productos agrícolas	62
Cuadro N° 12. Especies ganaderas	63
Cuadro N° 13. Incidencia y control de enfermedades ganaderas	64
Cuadro N° 14. Matriz de Stakeholder (involucrados)	67
Cuadro N° 15. Matriz FODA	71
Cuadro N° 16. Matriz CPES	72
Cuadro N° 17. Bosque nativo de Tiquibuzo	75
Cuadro N° 18. Laguna de Tiquibuzo	79
Cuadro N° 19. Mirador de Torreloma	83
Cuadro N° 20. Laguna San Juan de Azapi	87
Cuadro N° 21. Bosque protector Chillanes-Bucay	91
Cuadro N° 22. Cascadas de piedra blanca	95
Cuadro N° 23. Río el oro	99
Cuadro N° 24. Iglesia Santa Rita de Casia	103
Cuadro N° 25. Fiestas patronales Santa Rita de Casia	107
Cuadro N° 26. Carnaval de Chillanes	111
Cuadro N° 27. Flora nativa del cantón Chillanes	115
Cuadro N° 28. Plantas medicinales del cantón Chillanes	116
Cuadro N° 29. Fauna nativa del cantón Chillanes	117
Cuadro N° 30. Calendario festivo del cantón Chillanes	124
Cuadro N° 31. Resumen de atractivos turísticos naturales	126

Cuadro N° 32. Resumen de atractivos turísticos culturales tangibles	127
Cuadro N° 33. Resumen patrimonio cultural inmaterial	128
Cuadro N° 34. Infraestructura del cantón Chillanes	130
Cuadro N° 35. Servicio de Hospedaje	132
Cuadro N° 36. Servicio de Alimentación	132
Cuadro N° 37. Lugares de esparcimiento	133
Cuadro N° 38. Servicio de bares y discotecas	134
Cuadro N° 39. Resumen de atractivos del cantón General Antonio Elizalde	134
Cuadro N° 40. Prestadores de servicios turísticos del cantón Antonio Elizalde	136
Cuadro N° 41. Registro de turistas nacionales que ingresaron al cantón Chillanes	138
Cuadro N° 42. Lugar de procedencia	139
Cuadro N° 43. Género	140
Cuadro N° 44. Nivel de educación	140
Cuadro N° 45. Edad	141
Cuadro N° 46. Estado civil	141
Cuadro N° 47. Ocupación	142
Cuadro N° 48. Motivación de viaje	142
Cuadro N° 49. Número de personas que viajan	143
Cuadro N° 50. Tiempo disponible de visita	143
Cuadro N° 51. Frecuencia de actividades turísticas	144
Cuadro N° 52. Tipo de turismo preferido	144
Cuadro N° 53. Actividades a incluirse en el producto turístico	145
Cuadro N° 54. Tipo de alojamiento preferido	146
Cuadro N° 55. Tipo de alimentación preferida	146
Cuadro N° 56. Medios de comunicación	147
Cuadro N° 57. Capacidad de gasto	148
Cuadro N° 58. Forma de pago	148
Cuadro N° 59. Disponibilidad para comprar paquetes turísticos	149
Cuadro N° 60. Demanda potencial	150
Cuadro N° 61. Atractivos y actividades principales para el producto turístico	152
Cuadro N° 62. Paquete N° 01	152
Cuadro N° 63. Análisis de Costos y cálculo del precio paquete 01	159

Cuadro N° 64. Paquete N° 02	160
Cuadro N° 65. Análisis de Costos y cálculo del precio paquete 02	163
Cuadro N° 66. Paquete N° 03	164
Cuadro N° 67. Análisis de Costos y cálculo del precio paquete 03	167
Cuadro N° 68. Infraestructura básica en el cantón Chillanes	168
Cuadro N° 69. Valla de Bienvenida	169
Cuadro N° 70. Tótem de Atractivos	172
Cuadro N° 71. Orientativo de Atractivos y servicios	174
Cuadro N° 72. Letrero Restrictivo	176
Cuadro N° 73. Presupuesto señalética	178
Cuadro N° 74. Paquetes turísticos en base a las preferencias de la demanda	180
Cuadro N° 75. Estrategias de mercado	181
Cuadro N° 76. Plan de comercialización	182
Cuadro N° 77. Plan de comunicación	184
Cuadro N° 78. Plan de publicidad	185
Cuadro N° 79. Presupuesto del Marketing mix	191
Cuadro N° 80. Matriz causa – efecto	193
Cuadro N° 81. Matriz de cuantificación de impactos ambientales	194
Cuadro N° 82. Acciones para reducir impactos	195
Cuadro N° 83. Cargos y funciones del área administrativa	221
Cuadro N° 84. Funciones del gerente	222
Cuadro N° 85. Funciones del técnico-asesor	225
Cuadro N° 86. Funciones del director comercial y de producción	227
Cuadro N° 87. Funciones del agente de ventas	230
Cuadro N° 88. Funciones de guía	234
Cuadro N° 89. Director administrativo-financiero	237
Cuadro N° 90. Funciones de la secretaria	240
Cuadro N° 91. Herramienta para reservación	254
Cuadro N° 92. Herramienta para confirmar el depósito	254
Cuadro N° 93. Herramienta para registro de clientes	255
Cuadro N° 94. Herramienta para reservaciones	255
Cuadro N° 95. Herramienta para registro del personal de guianza	256
Cuadro N° 96. Inversión en Activos fijos	257

Cuadro N° 97. Inversión en activos diferidos	258
Cuadro N° 98. Gastos de permisos de funcionamiento	258
Cuadro N° 99. Gastos de permisos de funcionamiento	259
Cuadro N° 100. Gastos servicios básicos	259
Cuadro N° 101. Materiales e insumos	259
Cuadro N° 102. Remuneraciones talento humano	260
Cuadro N° 103. Inversiones	261
Cuadro N° 104. Fuentes y usos del proyecto	262
Cuadro N° 105. Financiamiento del proyecto	264
Cuadro N° 106. Depreciación de activos fijos	265
Cuadro N° 107. Amortización de activos diferidos	266
Cuadro N° 108. Cálculo del pago de la deuda	267
Cuadro N° 109. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto	268
Cuadro N° 110. Número de paquetes vendido por grupos de pax	270
Cuadro N° 111. Precios de paquetes por grupos de pax	270
Cuadro N° 112. Ingresos económicos del primer año	270
Cuadro N° 113. Estructura de ingresos	271
Cuadro N° 114. Estado proforma de resultados	271
Cuadro N° 115. Balance general	273
Cuadro N° 116. Flujo de caja	274
Cuadro N° 117. VAN, TIR, RC-B	276
Cuadro N° 118. Período de recuperación del capital	276
Cuadro N° 119. Punto de equilibrio	276

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN CHILLANES, PROVINCIA DE BOLÍVAR.

II. INTRODUCCIÓN

Los inicios de la práctica turística no se diferenciaban de la práctica actual, ya que inició con fines políticos, económicos, religiosos o de ocio. En la Edad Media esta actividad quedó paralizada casi por completo ya que resultaba peligroso y agotador por los diferentes cambios¹ que atravesaba el mundo. El turismo ha ido evolucionando de manera notoria, entre otros motivos la coyuntura que trajo como consecuencia los cambios sociales y del sistema productivo la Revolución Industrial² con desplazamientos cuya intención principal era el descanso, salud, cultura, entre otros llegando a ser el segmento de mayor crecimiento.

El Ecuador por su gente, su clima, su geografía, entre otros atributos, presenta una gran diversidad de atractivos ubicados en sus cuatro regiones: Costa, Andes, Amazonía y Galápagos; muchos de estos no son visitados por la dificultad de acceso a ellos y desconocimiento.

En este contexto, la tarea de creación de productos turísticos forma parte del área de Gestión Turística y está considerado como un factor muy importante para el fortalecimiento del Turismo, porque denota planificación, ordenamiento de un destino y contribuye a la orientación e información de los visitantes nacionales o extranjeros.

En vista que el cantón Chillanes cuenta con una variedad de atractivos se propone el diseño de un producto turístico, que ayude a mejorar la calidad de vida de los habitantes.

¹La caída del Imperio Romano, distribución espacial de la población, carácter sedentario de la población y el comienzo de una nueva era de relaciones comerciales y de incorporación de avances científicos y técnicos.

²[Siglo XIX](#). Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

A. JUSTIFICACIÓN

El Cantón Chillanes cuenta con un valioso patrimonio natural y cultural que provee recursos importantes para el desarrollo de la actividad turística, en contraste carece de productos específicos para la oferta a turistas tanto nacionales como extranjeros.

El interés es emprender en la actividad turística, la cual cumpla con el triángulo de sostenibilidad (económicamente viable, socialmente justo, ambientalmente equitativo), haciendo posible el estudio de factibilidad de este proyecto, visualizando líneas de negocios productivos relacionadas con las potencialidades del Cantón.

Por este motivo se justifica la realización de este estudio de factibilidad, debido a la contribución de éste con la salvaguardia del patrimonio, generando además productos turísticos que permitan el auge sostenible del turismo en el cantón Chillanes.

B. OBJETIVOS

1. Objetivo General

Elaborar el estudio de factibilidad para la creación de un producto turístico para el cantón Chillanes, provincia de Bolívar.

2. Objetivos Específicos

- a)** Evaluar el potencial turístico del cantón Chillanes
- b)** Determinar la viabilidad comercial para la creación de un producto turístico
- c)** Determinar la viabilidad técnica del producto.
- d)** Determinar la viabilidad ambiental y social del producto
- e)** Determinar la viabilidad legal, administrativa del producto
- f)** Determinar la viabilidad económica, financiera del producto

C. HIPÓTESIS

1. Hipótesis de trabajo

Es factible la creación de un producto turístico en el cantón Chillanes, provincia de Bolívar.

III. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Concepto

Según la Organización Mundial De Turismo (OMT, 2010), define al turismo como: “El conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por su periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por negocios y otros motivos.

El turismo, tal como lo conocemos en la actualidad, nació en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial, que permitió los desplazamientos con la intención de descanso, ocio, motivos sociales o culturales. Anteriormente, los viajes se encontraban relacionados con el comercio, los movimientos migratorios, las conquistas y las guerras. (IVANET, 2007).

Las características que reúne el turismo (preponderancia del hombre sobre las máquinas, menor daño a la ecología, menor nivel de inversiones para la creación de empleos etc.) lo colocan en un sitio inmejorable para comenzar a dar un vuelco trascendental e histórico, susceptible de transmitirse al resto de los sectores económicos. (CARRILLO, 2007).

a. Importancia

La importancia del fenómeno turístico radica en que éste, es el medio por el cual se logra incrementar las divisas de un país, lo que significa también así, se generen fuentes de trabajo para las personas que de forma directa o indirecta dependen de esta actividad para subsistir. Por otra parte, el turismo también es una forma de relacionar a un

individuo con el medio que lo rodea, permitiendo la vivencia de experiencias únicas e inigualables de aprendizaje. El turismo al ser una forma peculiar del uso del tiempo libre y una forma especial de recreación, es entonces, una actividad que se relaciona íntimamente con la educación, el placer y el descanso (LUQUE, 2009).

2. Turismo consciente

a. Definición

El turismo consciente es una experiencia de vida transformadora que genera un crecimiento personal que nos convierte en mejores seres humanos. Este nuevo concepto se sustenta en los principios de la sostenibilidad y ética que promueve los valores como la paz, amistad, respeto y amor a la vida, la cual es esencia de la práctica turística. Constituye un pacto de convivencia, responsabilidad, respeto mutuo, además de comunicación entre los agentes turísticos de las comunidades emisoras y receptoras, el turista, el patrimonio natural y cultural. El turismo consiente es un concepto vivo, dinámico y en constante construcción. Es una experiencia del dar y recibir (MINISTERIO DE TURISMO, 2013).

La Organización Mundial del Turismo con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

“El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”. (OMT, 2004).

3. Potencial turístico

La evaluación del potencial turístico del territorio resulta de vital importancia para la planificación de la actividad turística, ya que no se trata de una enumeración, clasificación y catalogación de recursos. Va más allá, pues posibilita conocer y

discriminar el atractivo turístico que tienen unos espacios respecto a otros, tomando como base territorial de análisis el espacio objeto de estudio. (UNEX, 2014).

B. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de viabilidad económica facilita a las empresas la toma de decisiones relativa a la realización de proyectos de inversión en corto, mediano y largo plazo, dado que argumenta la utilización de recursos productivos y los rendimientos esperados de un intento de inversión, con lo cual permite a los responsables del proyecto emitir juicios de valor para la toma correcta de decisiones en bien del proyecto.

Para que un estudio de viabilidad económica de un proyecto esté completo, requiere estudios complementarios de: mercado, técnico, organización, financiero y ecológico. Los tres primeros básicamente proporcionan información económica de beneficio costo; y, el cuarto analiza los flujos de efectivo y evalúa el proyecto (OCAMPO, E. 2005).

Estudio de factibilidad también Estudio de viabilidad es el análisis financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia). (THOMPSON, 2006).

Demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto a través de su correcta comparación con otras alternativas o extra sectoriales”.

1. Objetivos que determinan la Factibilidad

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios
- Integración de todas las áreas y subsistemas

- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios
- Hacer un plan de producción y comercialización
- Aceleración en la recopilación de los datos
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados
- Saber si es posible producir con ganancias
- Conocer si la gente comprará el producto.

2. **Proyecto factible**

Los proyectos en los cuales se busca la factibilidad, son aquellos que intentan producir un bien o servicio para satisfacer una necesidad, la aprobación de las fases del estudio de factibilidad se les denomina viabilidad; estas viabilidades se deben dar al mismo tiempo para alcanzar la factibilidad de un proyecto; por ejemplo un proyecto puede ser viable técnicamente pero puede ser no viable financieramente o ambientalmente.

Cuando un proyecto es factible se puede pensar en diseñar un plan de proyecto para su ejecución y poder convertir el proyecto en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. (VANEGAS, K. 2010).

C. **DIAGNÓSTICO**

1. **Concepto**

El estudio de análisis y evaluación del potencial turístico es una herramienta técnica que permite conocer las características generales del entorno del área geográfica.

La fase de diagnóstico consiste en investigar los problemas que tenemos en la organización o en el lugar que nos rodea, este análisis consiste en la búsqueda de información a través de mapas topográficos, estudios económicos de las entidades locales, regionales y nacionales de planificación y administración; información sobre

estadísticas y censos, fotografías aéreas o terrestres, directorios locales y regionales; oficinas de turismo gubernamentales.

En la elaboración de un proyecto, el diagnóstico es un proceso de investigación, registro y ordenamiento de la información que nos permite conocer la rentabilidad o un aspecto de ella, y también nos permite valorar críticamente las prácticas de las organizaciones insertadas en esta realidad. (YUCTA, P. 2008).

D. ANÁLISIS DE PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

1. Matriz FODA

El FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), es uno de los instrumentos analíticos cuando se trata de evaluar colectivamente procesos internos de una organización o comunidad. También es utilizado con fines de diagnóstico como un instrumento de autoevaluación dentro de un proceso (TIERRA, P. 2008).

FORTALEZAS Lo que tenemos de positivo, lo bueno, lo mejor al interior de la organización.	DEBIIDADES Las limitaciones, lo que nos impide salir adelante como organización, lo negativo al interior de la organización.
OPORTUNIDADES Lo que podemos conseguir o aprovechar del entorno de fuera de la organización.	AMENAZAS Lo que nos puede afectar a la organización desde fuera de la misma, lo que nos acecha, peligros extremos.

(TIERRA, P. 2008).

2. Matriz CPES

Esta matriz es una adaptación de la metodología planteada en Modelos para Evaluar las diferentes problemáticas suscitadas.

La matriz causa efecto propone para el levantamiento de la información básica, una matriz estructurada por un conjunto de filas y columnas contentivas de la siguiente información:

- En una primera columna se le asignan números a cada una de las causas;
- Lista de los problemas seleccionados por la comunidad, ordenados de mayor a menor importancia.
- El efecto con el que se está relacionando.
- En la cuarta se colocan el conjunto de alternativas propuestas por los participantes durante la realización de los talleres vivenciales, ordenadas y relacionados de acuerdo con cada una de los problemas indicados en la columna anterior (TIERRA, P. 2008).

E. ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS

1. Clasificación de los atractivos

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos se clasifican en dos grupos: sitios naturales (montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistema de áreas protegidas) y manifestaciones culturales (históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y acontecimientos programados). Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

- **Categoría:** Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.
- **Tipo:** Son los elementos de características similares en una categoría.
- **Subtipo:** Son los elementos que caracterizan los tipos (MINTUR, 2004).

a. Trabajo de campo

El trabajo de campo consiste en varias salidas de campo en donde se visitan los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características particulares del atractivo.

El trabajo de campo debe organizarse en función de las salidas para determinar el tiempo total que tomará la actividad.

b. Evaluación y jerarquización

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetivamente y subjetivamente. Los atractivos de acuerdo a la jerarquización que se les ha asignado, deberán responder aproximadamente a la siguiente descripción (MINTUR, 2004).

- **Jerarquía IV.-** Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- **Jerarquía III.-** Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- **Jerarquía II.-** Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
- **Jerarquía I.-** Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el

desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico (MINTUR, 2004).

F. ESTUDIO DE MERCADO

1. Concepto

“Las tendencias modernas para administrar una empresa indican que debemos analizar las características de los consumidores y orientar nuestros esfuerzos a satisfacer plenamente las necesidades de los clientes, lo que hace uno de los factores centrales al estudiar proyectos sea la determinación del mercado” (OCAMPO, E. 2003).

“El estudio de mercado permite resaltar los detalles relevantes que visualizan y detectan si el producto o servicio derivado del proyecto se puede comercializar” (HERNÁNDEZ, E. 1997).

2. Objetivos del estudio de mercado

“En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción – de bienes o servicios – en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizarán para llegar hasta esos demandantes” (ARBOLEDA, G. 1998).

a. Tipos de Demanda

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- **Demanda insatisfecha:** En la que lo producido y ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

- **Demanda satisfecha:** En la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere.

Se pueden conocer dos tipos de demanda satisfecha:

- ✓ Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.

Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

- ✓ Satisfecha no saturada, que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad (HUGO, H. 2010).

b. Perfil general del consumidor a captar

Los estudios de mercado permiten detectar oportunidades, reducir riesgos y evaluar el impacto causado en el mercado, por eso es fundamental saber cuál es el perfil del consumidor, el cual se define como el conjunto de características demográficas, sociales y de mentalidad que distinguen a los consumidores de una marca, clientes de un establecimiento y usuarios de un servicio.

Este perfil se obtiene mediante la investigación del cliente describiendo las características sobre un producto o de los usuarios sobre un servicio determinado, el cual sirve para definir al público objetivo; siendo esta una variable muy importante para cualquier estrategia de marketing.

Para identificar al tipo de consumidor se requiere de ciertas características que los agruparan en un nicho definiendo su perfil, segmentando el mercado en un número reducido de subconjuntos (segmentos) siendo similares en cuanto a su comportamiento, necesidades, motivaciones, etc, de los cuales se selecciona cuál es el grupo más atractivo para cualquier tipo de emprendimiento. (MENDOZA, I. 2013).

3. Determinación del universo y la muestra

a. Universo o población:

Se conoce como universo o población al conjunto total del conglomerado humano que se investiga.

b. Tamaño de la muestra

La búsqueda de la información se hace por medio de dos fuentes: primaria y secundaria, en orden inverso, es decir que primero buscamos la información bibliográfica y según las necesidades que se presenten vamos a identificar el tipo e información de campo que vamos a buscar y obtener (ARBOLEDA, G. 1998).

Para obtener información primaria nos vamos a centrar en los tipos de variables que se manejará (análisis de la demanda-oferta), después de identificar el universo y de esta manera se elegirá la muestra. La muestra se define mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo de estudio

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

e = Margen de error

z = Nivel de confianza

Dependiendo de la clase de información que se va a obtener se dará la distribución de la muestra. Para que la muestra sea significativa debe guardar las características del universo (ARBOLEDA, G. 1998).

4. Análisis de la oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado.

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto (PALMERÍN, M. 2011).

5. Análisis de la competencia

a. Competencia

Son todas aquellas empresas que elaboran y venden lo mismo que usted y la misma clientela de su mercado meta. La competencia es necesaria investigarla y analizarla, para ello debemos recabar información sobre muestra representativa de ella, sobre la competencia es necesario investigar: donde están ubicados, cuántos son, cuántos son según el tamaño, qué productos ofrecen, quiénes son sus clientes, por qué le compran, qué piensa sus clientes de sus productos, cuáles son sus tácticas y formas de publicidad, cuáles son sus formas de distribución, etc. (KOCH, J. 2009).

b. Aspectos para el análisis de la competencia

Se toman los siguientes aspectos:

- Localización de la competencia.
- Estacionalidad de la oferta.
- Líneas de productos.
- Capacidad instalada.

c. Confrontación oferta y demanda

Con la información obtenida se procede a realizar el balance demanda y oferta, es decir, la determinación de la demanda insatisfecha, que consiste en la diferencia entre la demanda y la oferta potencial. Si esta diferencia resulta negativa, entonces se considera que el mercado tiende a ser favorable. Si resulta positiva, se considera que el mercado del producto o servicio puede ser favorable, y entonces se procede a determinar la demanda objetivo del proyecto, que normalmente es un porcentaje (menor al 100%), del balance, si éste resultó favorable.

Demanda Insatisfecha = Demanda Potencial – Oferta Potencial.

d. Cálculo de la demanda insatisfecha

Corresponde a la proyección del crecimiento del mercado en el corto, mediano y largo plazo. Así como ayuda a determinar el comportamiento de las tendencias de ciertas variables de segmentación, las proyecciones utilizarán para el cálculo de la fórmula del interés compuesto.

$$Co = Cn (1 + i)^n$$

Dónde:

Co = año a proyectar (2014-2018)

Cn = demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I = incremento de turismo nacional e internacional (6%)

N = El año a proyectarse (1-5)

e. Selección de la demanda objetivo

Según KOTLER, (2003) para conocer a fondo un mercado hay que identificar los siguientes componentes (siete “O”): ¿Quién constituye el mercado?, ¿Qué compra?, ¿Por qué compra?, ¿Quién participa de la compra?, ¿Cómo compra?, ¿Cuándo compra?, ¿Dónde compra?.

Seleccionar la demanda objetivo implica cuantificar el porcentaje de la demanda potencial a ser captada del mercado. Se recomienda que en una etapa inicial o de lanzamiento de un producto se inicie captando hasta el 10% de la demanda insatisfecha, este porcentaje variará conforme pase el tiempo y en función de la capacidad instalada.

G. PRODUCTO TURÍSTICO

1. Concepto

Producto turístico, tiene su origen en Europa Occidental a principios de la década de los 50, aunque debe mencionarse que sus antecedentes remotos datan del año 1850, cuando Tomas Bennett, un agente de viajes inglés, crea el denominado Individual Inclusive Tour, conocido por la sigla ITT.

Hasta la fecha se han dado un sinnúmero de definiciones de “producto turístico”, no obstante es válido destacar por su rigor técnico la brindada por Cárdenas (1991:15) “el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista”. Es decir, desde la perspectiva del turista, el producto turístico” puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos.

Por tanto, el “producto turístico” ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia (TIERRA, N. 2009).

2. Diseño de un producto turístico

Todos diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original, con los siguientes objetivos: rentabilidad económica, social y ambiental (CHAVIANO, M. Y HERNÁNDEZ, Y. 2007).

3. Características del producto turístico

a. Intangibilidad

Los productos turísticos tienen unos componentes tangibles y otras intangibles.

- La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, la overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.
- La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de los componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso de darán, y qué resultados esperan obtener. Este componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

b. Caducidad

Los productos turísticos no se pueden almacenar.

c. Agregabilidad y sustituibilidad

El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.

d. Heterogeneidad

El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

e. Subjetividad, individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo

Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén los clientes y prestatarios en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras. Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

f. Otros

Es un producto estacional. La liquidez o cash flow es alta (DE LA COLINA, J. 2009).

4. Etapas del diseño de un producto turístico

El proceso está compuesto por varias etapas, que bien llevadas, deben conducir a excelentes resultados para los destinos turísticos:

a. Planificación del territorio

Supone que los territorios han decidido, a través de sus planes de ordenamiento, acoger al turismo como una opción seria de desarrollo económico y social. Los planes deben arrojar información sobre inventario de atractivos turísticos calificados, estado de la planta turística, estado de la capacitación, uso de tecnologías, desempeño de la superestructura, nivel de desarrollo de la infraestructura, sondeo del mercado. Todo ello debe concretarse en una priorización (tipo de turismo, objetivos, estrategias, acciones) y expresarse en proyectos.

b. Investigación de los mercados

Sin ello no es posible el diseño de un producto turístico, se debe adelantar independientemente y con los mejores niveles de profundidad. Debe arrojar información detallada sobre los segmentos de mercado que le interesa al destino.

c. Diseño del producto

El destino debe estar preparado para disponer de los elementos necesarios, en el nivel de calidad requerido, para que los operadores (posteriormente) integren los paquetes turísticos, implica una visualización por parte de los agentes del desarrollo de la cadena productiva del turismo y un compromiso colectivo para lograr su fortalecimiento (DE LA COLINA, J. 2009).

H. DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Concepto

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo (GURRÍA, M. 1991).

2. Canal de distribución

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles comparadores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro (GURRÍA, M. 1991).

3. Estrategias de canal de distribución

Existen dos alternativas o se puede realizar una combinación de ambas:

a. Estrategia de empuje (push)

El producto planifica que el canal le sirva como instrumento para promover su producto.

b. Estrategia de atracción (pull)

El productor dirige la promoción del producto directamente al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución. Una vez elegido el segmento a trabajar o mercado objetivo y con el producto en poder, o próximo a ser fabricado; debemos darle POSICIONAMIENTO, es decir, dotarle de una personalidad clara y definida en el mercado y en la mente de nuestro consumidor meta (GARCÍA, G. 2006).

Esto se logra trabajando en el denominado Marketing Mix que está basado en los siguientes componentes:

a) Consumidor o cliente

No se debe fabricar un producto sin saber cuáles son las necesidades del público. El producto solo se venderá si el público lo requiere.

El objetivo de cualquier producto o servicio es satisfacer al cliente y generar un producto que esté a la medida de sus requerimientos, es por esto que siempre se debe mantener contacto con el público objetivo para conocer cuáles son las necesidades que se deben satisfacer.

b) Costo

El cliente no solo busca un buen precio, sino que también evalúa el tiempo y el desgaste que le tomará adquirir un producto o servicio.

El precio puede ser importante, pero la satisfacción al adquirir un producto es a veces decisivo.

Un producto que tiene un servicio post venta, puede marcar una diferencia positiva, con otro que es mucho más económico.

c) Conveniencia

Se debe tomar en consideración como llegará mejor el producto o servicio al cliente.

Es mucho más estimulante para la venta de un producto o servicio, conocer donde le gustaría al cliente adquirirlo, que venderlo en cualquier lugar donde se encuentre.

El ambiente adecuado para la compra de un producto o servicio puede ser decisivo para que se desarrolle la compra.

d) Comunicación

Mediante la comunicación se promueve y se divulga las ventajas y beneficios de un producto o servicio que se quiere vender. La comunicación informa y persuade.

En la comunicación se define la estrategia de comunicación, es decir, se detectan los medios adecuados para transmitir el mensaje, generando la mayor cantidad de clientes a menor costo.

En la estrategia de comunicación el posicionamiento debe ser coherente con lo que se desea transmitir al cliente.

La comunicación debe desarrollarse en el lugar correcto, de tal manera, que no interrumpa la actividad del público al que nos vamos a dirigir.

La retroalimentación que brindan las redes sociales en la actualidad es muy beneficiosa para conseguir una buena comunicación con el cliente actual y potencial. (PIXEL CREATIVO. 2013)

4. Canales de promoción

- Medios de comunicación
- Contactos interpersonales
- Promoción de ventas

5. Principales tipos de canales de distribución

- Canal largo
- Número de intermediarios elevado
- Como mínimo interviene el fabricante
- Mayorista, detallista y consumidor
- Canal corto
- Número de intermediarios reducido
- Constituido por el fabricante, el detallista y el consumidor
- Se elige esta forma cuando el número de detallistas es muy reducido o tiene un alto potencial de compra
- Canal directo
- Canal en el que no hay intermediarios entre el productor y el consumidor final. Se utiliza cuando la producción y el consumo están próximos, o el volumen de venta es reducido, por ejemplo un artesano que vende directamente su obra.

I. ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO

1. Aspecto administrativo

En el aspecto administrativo se debe tomar las decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos de la empresa con la finalidad de alcanzar sus objetivos. El proceso administrativo consta de:

- Planeación
- Organización

- Dirección
- Control (SOSA, C. 2004).

2. Organización

Consiste en el ordenamiento de los recursos de la empresa y la asignación de funciones según niveles de autoridad y grados de responsabilidad para facilitar el logro de los objetivos.

Organizar consiste en:

- Establecer objetivos de la empresa
- Formular políticas
- Determinar actividades

3. Criterio de ordenamiento de recursos

El ordenamiento de los recursos se hace con respecto a:

- Espacio:** para cada componente debe haber un determinado lugar.
- Tiempo:** implica programar las actividades según prioridad y realizarlas en el momento oportuno.
- Dinero:** mediante una distribución que permita el mayor rendimiento posible.
- Personas:** consiste en asignar funciones bien definidas a cada integrante.
- Unidad de mando:** que cada uno recibirá órdenes de un solo jefe.
- Unidad de dirección:** que cada tarea tenga un responsable.
- Trabajo:** consiste en agrupar las actividades de la empresa en áreas administrativas o departamentos.

4. Departamentalización

En cada departamento, el ejecutivo asignado ejerce autoridad y asume responsabilidad para la ejecución de las actividades. La departamentalización se justifica porque un

ejecutivo solo puede encargarse de un limitado número de subordinados para alcanzar una producción óptima (SOSA, C. 2004).

a. Criterios para la departamentalización

Se toman en cuenta criterios en base a: funciones, territorio, productos y clientes.

b. Organigrama

En el organigrama se presentan las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de una organización. El organigrama es esencialmente esquemático, pero refleja si en la empresa hay unidad de mando y unidad de dirección.

c. Descripción de las funciones

Las funciones descritas deben ser entregadas a cada empleado con cargo firmado para asegurar su pleno conocimiento. Los deberes para cada cargo deben incluir todas las obligaciones, de modo que tanto el jefe como el subordinado conozcan exactamente sus responsabilidades y se evite que cada cual interprete a su manera. La descripción debe ser en forma simple y clara indicando expresamente las habilidades que se requieren para el desempeño del cargo (SOSA, C. 2004).

5. Selección de personal

Consta de un conjunto de pasos desde el momento en que se detecta la necesidad de contar con un trabajador hasta conseguirlo y contratarlo. Una selección de personal será buena siempre que se haga coincidir los requerimientos del puesto con las capacidades y aptitudes de la persona que va a desempeñar el cargo.

Se consideran las siguientes actividades:

- Analizar el cargo
- Requisitos del cargo
- Reclutamiento de aspirantes al cargo

- La entrevista
- Exámenes técnicos
- Decisión de contrato (SOSA, C. 2004).

6. Aspecto legal

Se refiere a que la empresa debe cumplir todos los aspectos legales vigentes, especialmente en lo referente a licencias, registros, impuestos, tributos y contribuciones. En lo posible es preferible y aconsejable contar con la asesoría de un abogado para evitar irregularidades y mal entendidos que podrían generarse tanto al estipularse las cláusulas de contratos y documentos de la empresa, como los vencimientos de fechas de pago, tasas, etc. (SOSA, C. 2004).

J. ESTUDIO DE IMPACTOS AMBIENTALES

1. Concepto

Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente directa o indirectamente por un proyecto o ejercicio en una actividad determinada (SANTILLAN, R. 2005).

2. Evaluación de impactos ambientales

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) es un proceso empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta, la implantación de políticas y programas o la puesta en marcha de proyectos de desarrollo.

La EIA, se ha aplicado sobre todo a proyectos individuales y ha dado lugar a la aparición de diversas técnicas nuevas, como los estudios de impacto sanitario y los de impactos social. Una EIA suele comprender una serie de pasos:

- Un examen previo para decidir si un proyecto requiere un estudio de impactos y hasta que nivel de detalle.

- Un estudio preliminar, que sirve para identificar los impactos clave y su magnitud, significado e importancia.
- Una determinación de su alcance, para garantizar que la EIA se centre en cuestiones clave y determinar donde es necesaria una información más detallada.
- El estudio en sí, consistente en meticulosas investigaciones para predecir y/o evaluar el impacto, y la propuesta de medidas preventivas, protectoras y correctoras necesarias para eliminar o disminuir los efectos de la actividad en cuestión (SANTILLAN, R. 2005).

3. **Estudio de impacto ambiental**

En el estudio técnico resultado de un trabajo de características disciplinario. Baez y Acuña 1998, señalan que: los estudios de impacto ambiental (ESIA), son uno de los métodos más efectivos para determinar cuánto un proyecto será sostenible, y si lo es, para elaborar las medidas a tomar para garantizar que seguirá siendo sostenible. Debidamente aplicados las EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.

Un estudio de impactos ambientales deberá contener los siguientes pasos:

- Descripción del proyecto y sus actividades
- Diagnóstico ambiental (línea base)
- Área de influencia
- Identificación, valoración y evaluación de impactos ambientales
- Plan de manejo ambiental
- Adicionalmente resumen ejecutivo, índice, anexos y referencias bibliográficas (YUCTA, P. 2005).

4. **Matriz Lázaro Lagos**

La matriz Lázaro Lagos, para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de matrices lo Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico

cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, aire, suelo, flora, fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan dentro del proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de los componentes mencionados se han determinado nueve criterios de evaluación que son: la naturaleza, magnitud, importancia, certeza, tipo, reversibilidad, duración, tiempo en aparecer, considerado en el proyecto, al final obtendremos la ponderación y para la muestra de resultados se utiliza la matriz de cuantificación de los impactos ambientales.

K. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

1. Inversiones en el periodo pre-operacional

Las inversiones realizadas antes de la puesta en marcha del proyecto se clasifican en tres grupos:

- Inversiones en activos fijos
- Inversiones en activos diferidos
- Inversiones en capital de trabajo

a. Inversiones en activos fijos

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de las materias primas o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Constituyen activos fijos, los terrenos y recursos naturales; las obras físicas (cabañas, restaurantes, centros de información oficinas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etc.).

El equipamiento (maquinaria, muebles, herramientas, vehículos, menaje, accesorios y decoración en general) y la infraestructura de servicio de apoyo (Instalaciones: agua potable, alcantarillado, red eléctrica, comunicaciones, energía, etc.).

Para efectos contables, los activos fijos, excepto los terrenos, están sujetos a depreciación (Disminución en el precio o valor de una cosa). El terreno normalmente tiende a aumentar de precio por el desarrollo urbano a su alrededor (YUCTA, P. 2005).

b. Inversiones en activos diferidos

Las inversiones en activos diferidos constituyen inversiones intangibles susceptibles de amortizar. Los principales elementos que conforman esta inversión son los gastos de constitución, estudios de factibilidad, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha y ventas, la capacitación, los imprevistos, los intereses y cargos financieros pre-operativos. Los gastos de constitución corresponden a los gastos legales que implican la conformación jurídica de la empresa que se creará para operar el proyecto.

Los gastos de patentes y licencias, corresponden al pago por derecho a uso de una marca, proceso productivo y a los permisos municipales, autorizaciones notariales y licencias generales que certifiquen el funcionamiento del proyecto.

Los gastos de puesta en marcha, son todos aquellos que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, tanto en la etapa de pruebas preliminares como en las del inicio de la operación y hasta que alcance un funcionamiento adecuado. Se incluirán como gastos de prueba en marcha, los pagos en remuneraciones, arriendos, publicidad, seguros y cualquier otro gasto que se realice antes del inicio de la operación.

Los gastos de capacitación consisten en aquellos tendientes a la instrucción, adiestramiento y preparación del personal para el desarrollo de las habilidades y conocimientos que deben adquirir con anticipación a la puesta en marcha del proyecto.

Los imprevistos, la mayoría de los proyectos consideran un rubro especial para afrontar aquellas inversiones no consideradas en los estudios y para contrastar posibles

contingencias. Su magnitud suele calcularse como un porcentaje del total de inversiones (YUCTA, P. 2005).

c. Inversiones en capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados (YUCTA, P. 2005).

d. Calendario de inversiones

Además de los datos de las inversiones iniciales en activos fijos, diferidos y capital de trabajo del proyecto, se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación, que identifique los montos para invertir en cada periodo anterior a la puesta en marcha del proyecto (YUCTA, P. 2005).

e. Indicadores financieros

La evaluación de proyectos consiste en comparar los beneficios proyectados asociados a una decisión de inversiones con su correspondiente corriente proyectada de desembolsos, esto no es otra cosa que el flujo de caja estimado del proyecto. La evaluación de un proyecto se realiza con dos fines posibles:

- Tomar una decisión de aceptación o rechazo, cuando se estudia un proyecto específico.
- Decidir el ordenamiento de varios proyectos en función de su rentabilidad cuando estos son mutuamente excluyentes o existe racionamientos de capitales cualquiera sea el caso, las técnicas empleadas son las mismas aunque para esta última se requieren consideraciones especiales de interpretación de los resultados comparativos entre proyectos (CHIAN, N. 2011).

2. Valor actual neto (VAN)

El VAN se basa en las técnicas del F de F descontado. Su implementación consta de varios pasos. Primero debe encontrarse el VA de c/flujo, incluyendo tanto los de entrada como los de salida, descontados al costo del capital del proyecto. Segundo, deben sumarse estos flujos para obtener el VAN del proyecto

$$\text{VAN} = \frac{\sum \text{FlujoNeto}_t}{(1+k)^t}$$

Si el van es positivo, el proyecto debería ser aceptado, si es negativo debería ser rechazado.

Un VAN igual a cero significa que los F de F del proyecto son justamente suficientes para reembolsar el capital invertido y para proporcionar la tasa requerida de rendimiento sobre ese capital. Si un proyecto tiene un VAN positivo estará generando más efectivo del que se necesita para reembolsar su deuda y para proporcionar el rendimiento requerido a los accionistas, y este exceso de efectivo se acumulará exclusivamente para los accionistas de la empresa. Si la empresa toma un proyecto con VAN positivo, la posición de los accionistas se verá mejorada (BIRMIHAM, W. 2013).

3. Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR se define como aquella tasa de descuento que iguala el valor actual de los flujos de entrada esperados de un proyecto con el valor actual de sus costos esperados.

$$\text{VA flujos de entrada} = \text{VA costos de inversión}$$

$$\text{VAN} = 0 = \sum \frac{\text{FlujoNeto}_t}{(1+\text{TIR})^t}$$

Obsérvese que la fórmula de la TIR es simple, la fórmula del VAN, resuelta para obtener la tasa particular de descuento que hace el VAN igual a cero. En matemática los métodos del VAN y la TIR siempre conducirán a las mismas decisiones de aceptación, en el caso de proyectos independientes. Sin embargo el VAN y la TIR pueden conducir a conflictos cuando se aplican a proyectos mutua excluyentes.

Si la TIR es superior al costo de los fondos que se usaron para financiar el proyecto, quedará un superávit después de que se haya pagado el capital, y el superávit se acumulará para los accionistas. Es precisa esta característica de punto de equilibrio lo que hace que la TIR sea útil al evaluar proyectos de capital (BIRMIHAM, W. 2013).

4. Relación costo beneficio (RBC)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

$$B/C = VAI / VAC$$

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable (GÓMEZ, G. 2011).

IV. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El cantón Chillanes está ubicado en la parte sur de la provincia de Bolívar, en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes. Chillanes se encuentra en la zona de transición que une Sierra y Costa desde los 2500 m hasta los 500 m.

2. Ubicación geográfica

Coordenadas proyectadas UTM zona 17 S

Datum WGS84

X= 714891

Y= 9785265

Altitud: 2330 msnm.

3. Límites

Norte: Cantón San Miguel provincia de Bolívar

Sur: Cantón General Elizalde (Bucay) provincia del Guayas

Este: Cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

Oeste: Cantón Babahoyo provincia de los Ríos.

4. Características climáticas

a. Temperatura.- Su temperatura media anual en la zona de Chillanes es de 12°C, mientras hacia el sur del cantón, la temperatura es 23°C. (UMATA, 2014).

b. Precipitación.- En la zona de Chillanes, llueve en término medio un total anual de 920 a los 1250 milímetros, generalmente distribuidos desde enero hasta abril, siendo mayo y diciembre meses de transición, tanto a la época seca como lluviosa.

Al extremo sur del Cantón, en la zona de Santa Rosa de Agua Clara, el total anual de agua lluvia sería 2180 milímetros, que estaría distribuida mayormente entre diciembre a junio. (UMATA, 2014).

c. Humedad Relativa.- En la zona de Chillanes la mayor humedad ambiental ocurre durante los meses lluviosos, con una media del 90%; mientras que hacia el sur del Cantón, por ser una zona lluviosa, la humedad ambiental es constante durante todo el año con una media anual del 91%. (UMATA, 2014).

5. Características Ecológicas

Según la clasificación vegetal del Ecuador Continental del MAE, el cantón Chillanes y sus alrededores, pertenecen al Arbustal húmedo montano

El área de Santa Rosa de Agua Clara, cercana a la estación climatológica de Bucay, al extremo sur del cantón, podría pertenecer al Bosque siempre verde piemontano de la cordillera occidental (MAE, 2012)

6. Características del suelo

La caracterización de los suelos, se presenta de acuerdo con la textura, color y profundidad, de la manera siguiente:

a) De textura franca, amarillos, profundos a moderadamente profundos: Están localizados alrededor de las comunidades y localidades como El Ensellado, Atiacagua, El Derrumbo, Cabecera Cantonal de Chillanes, Zumbe, Cruz de Perezán, Tiquibuzo, San Francisco de Surupamba, Yunguilla, Naranja Loma, La Margarita, Matapalo, Arrayapamba, Tola Chiquita, Undushi, La Palmira, Ramos Loma, Jarungo, Sigsipamba, San José de Guayabal, San Pedro de Guayabal, Guacalgoto, Achin, San Juan de Azapi, La Laura, San Vicente de Porotopamba, Mamazara, Santa Teresa, Tambanal, Balacelo,

Bronce Loma, San Antonio, San Ramón, Tablaspamba, Lamiran Alta, Lamiran Baja, Rumipamba, Pacay, San Vicente de Naranjal, Algodón Loma, Changuil Medio, Fortunas de Vainilla.

b) Suelos arcillosos, rojos, profundos a moderadamente profundos: Localizados en San Gabriel, Santa Rita, La Elena, Destierro Bajo, Fortuna Alta.

c) Suelos arcillosos a arenosos, rojizos, profundos a moderadamente profundos: Localizados en Dulce Pamba, Chontayacu, Guayacán, El Naranjal, Colombia Alta, Bermejál Limeñales.

d) Suelos arenosos y pedregosos: Localizados en pequeñas terrazas aledañas a los cauces de los ríos Chimbo, Sicoto entre los principales.

La mayor parte del Cantón Chillanes se encuentra constituida por suelos francos mientras que la parroquia San José del Tambo, cuenta preferentemente con suelos arcillosos a arcillosos-arenosos y suelos francos. (UMATA, 2014).

7. Materiales y equipos

a) Materiales

- Libreta de campo
- Esferos
- Lápiz
- Borrador
- Portaminas
- Minas
- Fichas de campo
- Cd's

b) Equipos

- Computadora
- Cámara fotográfica
- Impresora
- G.P.S

B. METODOLOGÍA

Para el cumplimiento de los objetivos planteados anteriormente se utilizó la siguiente metodología:

1. Evaluar el potencial turístico del cantón Chillanes

a. Diagnóstico de la situación turística del cantón Chillanes

Se realizó un análisis de fuentes de información secundarias y primarias relacionadas con los aspectos: físico-espacial, político-administrativo, sociocultural, económico-productivo del cantón Chillanes.

b. Validación del inventario de atractivos turísticos

Se validó la información de los atractivos turísticos aptos para el desarrollo de la actividad turística en el cantón Chillanes, de la tesis Plan de desarrollo turístico para el cantón Chillanes, provincia de Bolívar, la misma que fue elaborada en el año 2011 por la Ing. Viviana Llongo.

c. Análisis situacional: elaboración de la Matriz FODA

Se determinó la situación turística del cantón a través de la elaboración de la matriz FODA en donde se identificó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

d. Matriz CPES

Se determinó los problemas y posibles soluciones del cantón Chillanes por medio de la matriz CPES en donde se demostró las causas, problemas, efectos y soluciones.

2. Determinar la viabilidad comercial para la creación de un producto turístico

Para el cumplimiento de este objetivo, se tomó en cuenta los siguientes aspectos.

a. Estudio de mercado

1) Análisis de la oferta

El análisis de la oferta turística se efectuó en base a sus dos componentes que son:

a) Análisis de la oferta turística actual

Para determinar la oferta turística del cantón se acudió a fuentes de información secundaria tales como catastro turísticos y se realizó un análisis en base a los componentes del sistema turístico como son: actividades/atractivo, infraestructura, planta turística.

b) Análisis de la oferta sustitutiva

Para determinar la oferta sustitutiva y en qué porcentaje se encuentran el mercado, se identificó atractivos turísticos del cantón General Antonio Elizalde, así como también los diferentes prestadores de servicios. Con la finalidad de conocer cuáles son y con que podemos contar al momento de sustituir alguno de nuestros servicios.

2) Análisis de la demanda

a) Determinación del universo y muestra de estudio

Se tomó como universo de estudio a los turistas nacionales que visitaron el cantón Chillanes en el año 2014. Para obtener la muestra se utilizará la fórmula de Cannavos (1998) dispuesta a continuación.

Dónde:

N = Universo de estudio:

p = 0.5 Probabilidad ocurrencia de un evento

q = 0.5 Probabilidad de no ocurrencia de un evento

e = 0,09 Margen de error

k = 1,95% Margen de confiabilidad

n = Tamaño de muestra

$$n = \frac{N.(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p.q)}$$

b) Aplicación de encuestas

El instrumento empleado para el análisis de la demanda fue el cuestionario y como técnica la encuesta la misma que se utilizará con preguntas abiertas y cerradas (Ver Anexo N°02).

El número de encuestas a ser aplicadas se determinó de acuerdo al resultado que arrojó el cálculo de la muestra.

Las encuestas fueron aplicadas a los turistas que visitaron el cantón Chillanes.

c) Proyección de la demanda

La proyección de la demanda se la efectuó empleando la fórmula del incremento compuesto.

$$Cn: Co (1+i)^n$$

En donde:

Cn: año a proyectar (2014-2018)

Co: demanda actual: turistas nacionales y extranjeros

I: incremento de turismo nacional e internacional (6%) MINTUR (2013)

N:el año a proyectarse (1-5)

3. Determinar la viabilidad técnica para la creación de un producto turístico

a. Diseño técnico

Para el diseño del producto se consideró los siguientes aspectos:

1) Potencialidad turística

Se realizó un análisis de los atractivos naturales y culturales que se utilizarán en el diseño del producto turístico en cuanto a: ubicación, categoría, jerarquía y tipos de actividades que se pueden realizar.

2) Paquetes turísticos

Conforme a la planta turística disponible, al potencial turístico y al perfil obtenido de los turistas, se estableció paquetes turísticos en donde se consideró los siguientes elementos: denominación del paquete, codificación (numeración), duración (horas, días, noches), itinerario (en orden de la visita), dificultad (fácil, moderado, difícil), descripción, servicios que se incluyen, servicios que no se incluyen, precio (por número de pasajeros), observaciones y requerimientos para la visita.

b. Estrategias de comercialización

La elaboración de las estrategias de comercialización, se realizó en base al mix del marketing y se determinó:

- Estrategias de comercialización de Consumidor o cliente
- Estrategias de comercialización de Costo
- Estrategias de comercialización de Conveniencia
- Estrategias de comercialización de Comunicación

4. Determinar la viabilidad ambiental y social para la creación de un producto turístico

Para el cumplimiento de este objetivo, se utilizó lo siguiente:

Mediante la Matriz de Lázaro Lagos se estableció el nivel de impacto socio – ambiental que ocasionará la actividad turística dentro del cantón Chillanes, examinando variables de: suelo, agua, aire, flora, fauna, social y económico.

Se establecieron medidas de mitigación de impactos ocasionados por la actividad turística.

5. Determinar la viabilidad legal, administrativa para la creación de un producto turístico

Para el cumplimiento de la viabilidad legal se realizó lo siguiente:

Para el estudio legal, se tomó en cuenta el marco legal y la normativa relacionada con el sector turístico para la legalización y el funcionamiento del producto, además se revisó información vinculada con:

- Constitución Política de la República del Ecuador.
- Ley de Turismo.
- Ley de compañías.
- Ley de economía solidaria, entre otras.

Para el ámbito administrativo se determinó claramente las responsabilidades de cargos de manera sencilla y de fácil implementación cumpliendo con las leyes y reglamentos que regulan el sistema turístico.

6. Determinar la viabilidad económica, financiera para la creación de un producto turístico

Se realizó tomando en cuenta los gastos y costos de inversión del producto, remuneraciones del personal y otras condiciones económicas, este estudio consideró los siguientes componentes: activos fijos, activos diferidos y las inversiones en capital de trabajo que son los gastos que necesita el proyecto para ejecutarse, además de los gastos de mantenimiento, las proyecciones de ventas y las utilidades.

Evaluación financiera

Se determinó la rentabilidad de la inversión y se calculó los indicadores de rentabilidad.

- RBC (relación costo beneficio)
- VAN (valor neto actual)
- TIR (tasa interna de retorno).

A. RESULTADOS

A. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DEL CANTÓN CHILLANES

1. Diagnóstico situacional

a. Ámbito físico espacial

1. División política administrativa

El cantón Chillanes tiene dos parroquias Chillanes y San José del Tambo, 5 barrios urbanos y 117 comunidades rurales registradas; 20 comunidades más sin registro, dando un total de 137 comunidades de las cuales 36 pertenecen a la parroquia San José del Tambo y el resto a la parroquia Chillanes. (GAD CHILLANES, 2014).

2. Límites

Norte: Cantón San Miguel provincia de Bolívar

Sur: Cantón General Elizalde (Bucay) provincia del Guayas

Este: Cantón Pallatanga provincia de Chimborazo

Oeste: Cantón Babahoyo provincia de los Ríos.(GAD CHILLANES, 2014)

3. Vías de acceso

Las vías que posibilitan la llegada al cantón Chillanes son las siguientes:

Cuadro N° 01: Vías de acceso Cantón Chillanes

VÍA	TIPO	ESTADO	KM
Quito-Chillanes	Asfaltado	Regular	307
Ambato-Chillanes	Asfaltado	Regular	171
Riobamba-Chillanes	Asfaltado	Regular	129
Guaranda-Chillanes	Asfaltado	Regular	72
Chimbo-Chillanes	Asfaltado	Regular	55
San Miguel-Chillanes	Asfaltado	Regular	48
San Pablo-Chillanes	Asfaltado	Bueno	22
Guayaquil-Chillanes	Asfaltado y lastrado	Regular	132
Bucay-Chillanes	Asfaltado	Regular	54
Babahoyo-Chillanes	Lastrado	Regular	76

Fuente: UMATA, 2014

b. Ámbito socio cultural

1. Etnicidad

Su composición étnica es mayormente mestiza, equivalente al 73.6% y 26.4% de la población indígena que tienen descendencia Puruhá de la provincia de Chimborazo, la religión prevaleciente es católica y el idioma predominante es el castellano.

2. Historia

La localidad de Chillanes estuvo habitada antiguamente por la tribu de su mismo nombre con su cacique Chillán, del cual seguramente derivó su nombre, integrada por las comunidades de Bilován, Sicoto y Alagoto. En aquellos tiempos se asentaron en un punto llamado San Juan Pamba entre Quilayoco y la Florida, donde levantaron un adoratorio de piedra en la parte más alta del cerro Punsucama, dedicado al Dios Sol y también a la Luna.

Posteriormente, la tribu pasó a situarse en el sitio denominado Guacalgoto, con el objeto de comunicarse con los Huancavilcas, para poder hacer la comunicación más fácil abrieron un camino que lo llamaron Ñamboquera Shungu o “camino recto al corazón” que aún existe. Luego de la muerte del jefe dejaron de adorar al Sol y a la Luna y comenzaron a hacerlo con el Chimborazo.

El padre Ramón Pizarro creó en 1809 el asiento de Santa Rita de Casia, el 22 de mayo de 1861 este asiento fue parroquializado oficialmente, perteneciendo al cantón Chimbo. El 10 de enero de 1877 pasó a formar parte del cantón San Miguel hasta que fue cantonizado por decreto legislativo el 1 ero de Junio de 1967 como cantón Chillanes. (UMATA. 2014)

3. Población

a) Población total cantonal parroquial

El cantón Chillanes tiene una población total de 17406 habitantes según los datos sobre la densidad poblacional de la Provincia Bolívar 2010 realizado por el INEC que corresponde al 9.5% de la provincia y presenta una densidad con valores del 30.9 Hab/Km2.

b) Población por grupo de edad

La información sobre la población por grupo de edad se obtuvo de los datos del censo realizado por el INEC dando como resultado lo siguiente:

Cuadro N° 02: Edad

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menores de 15 años	6781	39%
15-24 años	2607	15%
25-64 años	6232	36%
65 años en adelante	1786	10%
TOTAL	17406	100%

Fuente: INEC, 2010

En base a la información proporcionada por el INEC podemos decir que el grupo de edad con mayor porcentaje de individuos es el de menores de 15 años con el 39%, el 36% lo tiene el rango entre los 25-64 años, seguido por el 15% que corresponde a la edad de 15-24 años y finalmente el 10% con la edad de 65 años en adelante.

c) Estructura de la Población

La estructura total de la población cantonal es de 8851 son hombres y 8555 son mujeres.

La distribución de la población es eminentemente rural, donde vive aproximadamente el 87% de los habitantes. (INEC, 2010)

4. Migración

La emigración temporal o definitiva es otro rasgo característico de la población. Este fenómeno es ocasionado en su mayoría por las pocas alternativas de trabajo presentadas en el cantón, el nivel de emigración provincial alcanza el 7.06% mientras que en Chillanes llega al 3.43%. El problema que se avizora es el abandono de las tierras y la desarticulación familiar.

La pobreza en el cantón Chillanes por NBI es de 10.6% con respecto a la provincia de Bolívar, y el 84,45% de la población total del cantón es considerada pobre.(INEC, 2010).

5. Servicios básicos disponibles

a. Agua

El 79.6% de la población de Chillanes tiene acceso a este servicio básico.

Agua entubada dentro de la vivienda: 19%

b. Higiene

El nivel de higiene del cantón Chillanes es el 20,20%

c. Recolección de Basura

En el cantón Chillanes en un 14,31%

d. Alcantarillado

Las viviendas que poseen servicio de alcantarillado corresponden al 24,30%. Podemos indicar que el tipo de alcantarillado es mixto o combinado, es decir que por el mismo ducto se evacuan tanto aguas servidas como aguas lluvias, en este sistema la frecuencia de las reparaciones se dan con un periodo de 5 por mes, se debe indicar que estas redes de alcantarillado tienen la función paralela de servir para el sistema pluvial, con una descarga directa al río, es decir, no se cuenta con ningún tipo de tratamiento de las

aguas servidas previo a la descarga al río; igualmente este sistema presenta problemas por cuanto el diámetro de la tubería ya no abastece el caudal de aguas a evacuar.

e. Electricidad

El porcentaje total del cantón Chillanes que tiene acceso a este servicio es de 66,66%. La institución que proporciona este servicio es la empresa Eléctrica Ecuatoriana. (GAD CHILLANES, 2014).

6. Salud

La población de Chillanes cuenta con un hospital general, unidades operativas de salud, dispensarios que se encuentran estructurados de la siguiente manera:

Cuadro N° 03: Salud

LUGAR	TIPO
Chillanes	Hospital Eduardo Montenegro
Pacay	Unidad Operativa
Fortuna baja	Unidad Operativa
Espero de la plata	Unidad Operativa
Santa Rosa de Agua Clara	Unidad Operativa
San José del Tambo	Unidad Operativa
Matapalo de Cerritos	Unidad Operativa
Bola de oro	Unidad Operativa
Undushi	Unidad Operativa
Junta Nueva	Unidad Operativa
Colombia Alta	Unidad Operativa
Achín	Dispensario del IESS
San Pedro de Guayabal	Dispensario del IESS
San Vicente de Porotopamba	Dispensario del IESS

Fuente: GAD Chillanes, 2014.

7. Educación

1. Infraestructura de Educación

a) Nivel preprimaria

El cantón Chillanes cuenta con un Jardín de infantes “Homero Villagómez”

b) Nivel primario y secundario

Cuadro N° 04: Infraestructura de Educación primaria y secundaria

INSTITUCIÓN EDUCATIVA	FECHA DE CREACIÓN	ESPECIALIDADES	N° DE ESTUDIANTES
Escuela fiscal mixta “Vicente Solano”	26 de Noviembre de 1889		420 alumnos
<u>Escuela fiscal mixta “Gabriela Mistral”</u>	año 1929		390 alumnos
Escuela Fiscal Mixta “Darío Guevara”	5 de abril de 1945		380 alumnos
Colegio Nacional Técnico “San José”		Químico Biólogo y Contabilidad	368 alumnos

<p>Colegio Nacional Chillanes</p>		<p>Sección diurna: Humanidades Modernas, Ciencias Sociales, Químico Biólogo y Físico Matemático mientras que la sección nocturna cuenta con la especialidad de Ciencias Sociales.</p>	
--	--	---	--

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

c) Educación a distancia

- ✓ La extensión de la Universidad Estatal de Bolívar
- ✓ Centro de Educación permanente de carreras cortas “1ro de Junio”
- ✓ El centro de alfabetización funciona por las noches
- ✓ Centro de taller corte y confección: se encarga de la tecnificación manual para la elaboración de prendas de vestir, trabaja con mujeres en la rama de modistería, y también con hombres en la rama de sastrería. Además de los conocimientos técnicos, se imparten conocimientos de cultura general
- ✓ En la parroquia San José del Tambo existen 4 talleres artesanales, dedicados exclusivamente a capacitar en corte y confección a las mujeres del sector, pertenecen al Programa de Educación Popular.

8. Medios de transporte

Las cooperativas que prestan sus servicios al Cantón Chillanes son las siguientes:

Cuadro N° 05: Medios de transporte para el cantón Chillanes

COOPERATIVA	ruta	HORARIO	COSTO \$
Flota Bolívar	Quito-Guaranda-Chillanes	13h00	7,00
	Chillanes-Guaranda-Quito	11h00	7,00
	Riobamba-Guaranda-Chillanes	05h45/08h00/13h00	4,10
	Chillanes-Guaranda-Riobamba	16h30	4,10
Dorado	Tena-Chillanes	23h00	10,00
	Chillanes-Tena	11h30	10,00
Ñucallacta	Riobamba-Chillanes	05h00/13h00	3,80
	Chillanes-Riobamba	06h00/14h00	3,80
Baños	Shushufindi-Chillanes	04h00	20,00
	Chillanes-Shushufindi	15h30	20,00
Atenas	Guaranda-Chillanes	05h00 a 19h00	2,00
	Chillanes-Guaranda	05h30 a 14h30	2,00
	Quito-Guaranda-Chillanes-Quito	06h00 a 14h00	7,00
	Riobamba-Guaranda-Chillanes	14h30	4,00

COOPERATIVA	ruta	HORARIO	COSTO \$
10 de Noviembre	Riobamba-Guaranda-Chillanes	10h30	4,00
	Guaranda-Chillanes	12h30	2,00
	Chillanes-Guaranda	16h00	2,00
San Pedrito	Quito-Guaranda-Chillanes	06h00/13h00	7,00
	Chillanes-Guaranda-Quito	04h00/07h30	7,00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

9. Comunicación

La empresa que brinda este servicio es la CNT, existe cobertura móvil de las operadoras Movistar y Claro, esta última cuenta también con 4 establecimientos con cabinas. El cantón además tiene acceso al servicio de Internet en la mayoría de hogares y zonas wi-fi en lugares públicos.

10. Seguridad

Para la seguridad de los habitantes el cantón cuenta con un establecimiento de la Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos y Defensa Civil.

11. Servicios financieros

Las entidades financieras que prestan sus servicios en el cantón son: Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora y Banco de Fomento.

c. **Ámbito ecológico territorial**

1. **Condiciones ambientales de la zona**

a. Temperatura.- Su temperatura media anual en la zona de Chillanes es de 12°C, mientras hacia el sur del cantón, la temperatura es 23°C. (UMATA. 2014).

b. Precipitación.- En la zona de Chillanes, llueve en término medio un total anual de 920 a los 1250 milímetros, generalmente distribuidos desde enero hasta abril, siendo mayo y diciembre meses de transición, tanto a la época seca como lluviosa.

Al extremo sur del Cantón, en la zona de Santa Rosa de Agua Clara, el total anual de agua lluvia sería 2180 milímetros, que estaría distribuida mayormente entre diciembre a junio. (UMATA. 2014).

c. Humedad Relativa.- En la zona de Chillanes la mayor humedad ambiental ocurre durante los meses lluviosos, con una media del 90%; mientras que hacia el sur del Cantón, por ser una zona lluviosa, la humedad ambiental es constante durante todo el año con una media anual del 91%. (UMATA. 2014).

2. **Clasificación ecológica**

Según la clasificación vegetal del Ecuador Continental del MAE, el cantón Chillanes y sus alrededores, pertenecen al Arbustal húmedo montano

El área de Santa Rosa de Agua Clara, cercana a la estación climatológica de Bucay, al extremo sur del cantón, podría pertenecer al Bosque siempre verde piemontano de la cordillera occidental (MAE. 2012)

3. Características del suelo

La caracterización de los suelos, se presenta de acuerdo con la textura, color y profundidad, de la manera siguiente:

a) De textura franca, amarillos, profundos a moderadamente profundos: Están localizados alrededor de las comunidades y localidades como El Ensellado, Atiacagua, El Derrumbo, Cabecera Cantonal de Chillanes, Zumbe, Cruz de Perezán, Tiquibuzo, San Francisco de Surupamba, Yunguilla, Naranja Loma, La Margarita, Matapalo, Arrayapamba, Tola Chiquita, Undushi, La Palmira, Ramos Loma, Jarungo, Sigsipamba, San José de Guayabal, San Pedro de Guayabal, Guacalgoto, Achin, San Juan de Azapi, La Laura, San Vicente de Porotopamba, Mamazara, Santa Teresa, Tambanal, Balacelo, Bronce Loma, San Antonio, San Ramón, Tablaspamba, Lamiran Alta, Lamiran Baja, Rumipamba, Pacay, San Vicente de Naranjal, Algodón Loma, Changuil Medio, Fortunas de Vainilla.

b) Suelos arcillosos, rojos, profundos a moderadamente profundos: Localizados en San Gabriel, Santa Rita, La Elena, El Destierro Bajo, Fortuna Alta.

c) Suelos arcillosos a arenosos, rojizos, profundos a moderadamente profundos: Localizados en Dulce Pamba, Chontayacu, Guayacán, El Naranjal, Colombia Alta, Bermejál Limeñales.

d) Suelos arenosos y pedregosos: Localizados en pequeñas terrazas aledañas a los cauces de los ríos Chimbo, Sicoto entre los principales.

La mayor parte del Cantón Chillanes se encuentra constituida por suelos francos. (UMATA. 2014).

4. Hidrología

SISTEMA HIDROGRÁFICO DEL CANTÓN.

El sistema hidrográfico de Chillanes está definido por las microcuencas que se encuentran dentro del territorio cantonal y las unidades hídricas o drenajes que contienen, así como la subcuenca a la cual desembocan.

Cuadro N° 6: Sistema Hídrico del cantón Chillanes

MICROCUENCA	ESTADO DE CONSERVACIÓN	TENDENCIA A CRECIDAS	SUBCUENCA A LA QUE DESEMBOCA
Río Dulcepamba	Media	Baja	Río Babahoyo
Río San Antonio	Media	Baja	
Río Las Juntas	Media	Media	
Río El Reventado	Nula	Baja	
Estero El Tigrillo	Nula	Media	
Drenajes menores	Baja	Nula	
Río Shishimbe	Media	Media	Río Chimbo
Río Loro	Baja	Media	
Río San Pablo	Baja	Nula	
Río del Alumbre	Nula	Baja	
Drenajes menores	Nula	Nula	
Río Chague	Media	Baja	Río Juján
Río San Antonio	Media	Baja	

Fuente: SIG Tierras. 2014

La disponibilidad hídrica a nivel nacional va desde valores negativos (cantones con déficit de agua) hasta el orden de los 2500 mm³/año; por tal razón, se considera como aceptable la cifra de 1154 mm/año para el cantón Chillanes. El dato de disponibilidad hídrica per cápita, que es un valor que relaciona la media de la cuenca del Guayas con el resto de cantones, es superior, lo cual se constituye en una fortaleza del cantón.

De la misma manera se tiene información acerca de las concesiones del recurso agua que existen actualmente en el cantón.

Cuadro N° 7: Uso y aprovechamiento de caudales concesionados en el cantón Chillanes.

TIPO	# DE CONCESIONES	CAUDAL (l/s)	Q APROVECHADO
Abrevadero	174	0.0	0.0
Doméstico	218	75	15
Fuerza Mecánica			0.0
Hidroelectricidad	1	4230	0.0
Industrial	4	1	0.1
Agua mineral y de mesa			0.0
Riego	138	226	113.0
Piscicultura			0.0

Fuente: SIG Tierras, 2014

Los usuarios de las concesiones de agua difieren notablemente en cuanto al conocimiento sobre el manejo y protección de los ecosistemas, zonas de recarga hídrica y el capital natural. Por ejemplo, los usuarios de la microcuenca del río Alumbre, no se nota un verdadero interés por proteger este valioso recurso. Para las instituciones que tienen como responsabilidad el manejo del agua de la subcuenca del río Chimbo, la información obtenida en este estudio les permitirá conocer las organizaciones con las cuales es posible iniciar el Plan de Manejo de la Subcuenca y las políticas y leyes que rigen el uso y aprovechamiento del agua. Hoy en día, varias de estas organizaciones son parte de la Planificación Participativa de la Subcuenca, conjuntamente con el Gobierno Provincial de Bolívar, las cuales se han involucrado en el proceso, a través de acciones como asistencia técnica y la capacitación en el uso y manejo del agua, principalmente.

a) Inundaciones.

La mayor parte del territorio de Chillanes no presenta susceptibilidad alguna frente a una inundación, con excepción de las zonas que se encuentran en el sector del subtrópico en los límites con las provincias de Los Ríos y Guayas como el caso de San José del Tambo y Santa Rosa de Agua Clara respectivamente .

Cuadro N° 8. Susceptibilidad a Inundaciones en el cantón Chillanes.

SUSCEPTIBILIDAD	ÁREA	PORCENTAJE
Sin	617,43	93,23
Baja	26,2	3,96
Media	11,2	1,69
Alta	4,32	0,65

Fuente: SIG TIERRAS, 2014.

b) Caudal

Existen registros de caudal para los ríos la Chima, Pesquería, San Antonio y San Pablo, los cuales forman parte del sistema hidrográfico de la subcuenca del río Babahoyo. El sistema hidrográfico que desemboca al río Chimbo no dispone de información hidrométrica.

c) Cantidad

Los ríos la Chima y Pesquería, localizados al norte del cantón, tienen un caudal medio anual de 0,67 a 1,97 m³/s, equivalentes a un potencial hidroeléctrico bruto a 6,6 a 12,6 Megavatios respectivamente. El río Chima, a la altura de San José del Tambo, reporta un caudal medio anual de 16 m³/s y un potencial hidroeléctrico bruto de 433 Megavatios. El río San Antonio, que nace en el sector sur del cantón, tiene un caudal medio anual de 30 m³/s con un potencial bruto de 709,8 Megavatios.

Los ríos Chima y San Antonio, aguas abajo del límite cantonal, forman el río San Pablo que desemboca al río Babahoyo, el cual registra un caudal medio anual de 61m³/s.

d) Cuantificación de la disponibilidad hídrica per-cápita

La Secretaría Nacional del Agua realizó en el año 2009 un estudio exploratorio denominado “Problemática y Conflictos sobre los Recursos Hídricos por efectos del Cambio Climático”, en el cual, determinó un cierto número de indicadores para algunas cuencas hidrográficas, y los cantones contenidos dentro de las mismas. Dado que el cantón Chillanes se encuentra dentro de la Cuenca del río Guayas, existen datos dentro del mencionado estudio, que complementan el diagnóstico del recurso agua, particularmente la disponibilidad hídrica y la disponibilidad hídrica per cápita como se indica a continuación.

Cuadro N°9: Parámetros hídricos del cantón Chillanes

PRECIPITACION(mm ³)	ETP(mm ³)	ALMACENAMIENTO SUELO (mm ³)	DISPONIBILIDAD HIDRICA (mm ³ /año)	DISPONIBILIDAD HIDRICA (millón m ³ /año)	DISPONIBILIDAD HIDRICA (m ³ /km ² *año)	POBLACION(hab)	DENSIDAD POBLACIONAL (hab/km ²)	DISPONIB HIDRICA PER-CAP (m ³ /año*km ² /hab
1684.1	627.8	95.1	1151.4	758.8	1151427.9	204 15	31.0	56.4
					937 (pro- medio cuenca del Guayas)			0.17 (pro- medio cuenca del Guayas)

Fuente: SENAGUA, 2014

La disponibilidad hídrica a nivel nacional va desde valores negativos (cantones con déficit de agua) hasta el orden de los 2500 mm³/año; por tal razón, se considera como aceptable la cifra de 1154 mm/año para el cantón Chillanes. El dato de disponibilidad hídrica per cápita, que es un valor que relaciona la media de la cuenca del Guayas con el resto de cantones, es superior, lo cual se constituye en una fortaleza del cantón.

e) Calidad

La red hidrográfica del cantón Chillanes no dispone de investigaciones periódicas y actualizadas acerca de la calidad física, química y bacteriológica del agua superficial y subterránea. A partir de reportes de análisis de las aguas del río San Pablo en Palmar, realizados por la Comisión de Estudios para el Desarrollo de la Cuenca del río Guayas entre 1972 a 1973; y por el Instituto nacional de Meteorología e Hidrología, durante 1996, en el río Chima A.J. Pesquerías, se observa que la calidad del agua de ambas fuentes superficiales no representarían restricciones físicas ni químicas para su uso en riego y consumo humano.

En la subcuenca del río Chimbo, los principales problemas de los sistemas hídricos, tienen relación con la contaminación de sus ríos por varias causas:

- Son vertederos directos de aguas negras y servidas sin previo tratamiento de purificación, sobre todo de centros poblados y en la eliminación de desechos de granjas, camales y basuras, materiales arrojados a los ríos, que contaminan y ponen en peligro la salud humana.
- La alarmante reducción del caudal hídrico debido a los grandes procesos de deforestación y ampliación de la frontera agropecuaria en zonas frágiles y generadoras de agua como los páramos y las cejas de montaña, así como la mala administración y uso inadecuado de los recursos naturales.
- El problema de la contaminación de estos ríos incide directamente en el deterioro de la calidad de vida y la salud humana de la población, así como en animales y vegetales que consumen el agua, constituyéndose en un medio que transporta

enfermedades de tipo bacterial y parasitario, no sólo para Bolívar, sino que se extiende a toda la gran cuenca del río Guayas a la cual aporta con 30 o 40% de su caudal de agua.

La contaminación de los cuerpos de agua como: Rio Lambran, Rio del Alumbre y Rio de Ato; se da fundamentalmente por la presencia del Botadero de Basura a cielo abierto, ubicado en el recinto El Zumbe a 4,5 km de la cabecera cantonal, y por las descarga directa de aguas residuales del alcantarillado al rio Lambran, el mismo que luego de un recorrido de 13 km drena sus aguas al Rio Chimbo en cuyas riberas se asientan un sinnúmero de viviendas que son afectadas directamente por la presencia de coliformes fecales y totales.

La presencia de la ciudad de Chillanes, en el centro de esta microcuenca, es un problema de contaminación del río Alumbre en la zona baja, pues las aguas servidas de esta ciudad se vierten sin ningún tratamiento. De observaciones realizadas en esta zona, se determinó la presencia de ganado vacuno en las orillas del río que recibe las aguas servidas de esta población. Los pobladores que viven en las orillas de este río manifiestan que sus animales se enferman pues en ocasiones consumen el agua de este río con gran carga de aguas servidas.

El INIAP, a través del proyecto SANREM-CRSP; ha podido determinar mediante análisis los siguientes resultados:

Para Chillanes muestreos realizados a 2270 m.s.n.m.

- 2240 UFC de E. coli/100cc.
- 14926 UFC coliformes totales/100cc.

La presencia de coliformes fecales en los ríos de la zona es una señal de contaminación de los cuerpos hídricos por malas prácticas agropecuarias y falta de sistemas de saneamiento de las aguas servidas. Actualmente, debido a los altos niveles de contaminación microbiológica del agua, en algunos sectores los ríos no pueden absorber el nivel de contaminación que se presenta en los mismos. Los resultados de los análisis de los indicadores microbiológicos por épocas evidencian la mayor presencia de coliformes fecales en la época seca, esto debido fundamentalmente a la disminución de los caudales.

6. Problemas ambientales

Cuadro N°10: Problemas ambientales

PROBLEMA AMBIENTAL	DESCRIPCIÓN
1. Erosión de los suelos	La degradación del suelo es producido en buena parte por la expansión de la frontera agrícola, como una forma o mecanismo de incremento de la producción en lugar de mejoras de productividad con adecuado manejo de tecnologías y consideraciones eco sistémicas
2. Río contaminado	El rio es vertedero directo de aguas negras y servidas sin previo tratamiento de purificación.
3. Desaparición de fuentes de agua	Es alarmante la desaparición de fuentes de agua debido a los grandes procesos de deforestación y ampliación de la frontera agrícola en zonas frágiles y generadoras de agua.
4. Pérdida de plantas nativas	Las principales causas para la pérdida de plantas nativas son: expansión de la frontera agrícola, deforestación y la introducción de especies exóticas.
5. Contaminación por basura	Presencia del basurero a cielo abierto en cuyas cercanías se encuentran asentadas un sinnúmero de viviendas que son afectadas directamente.
6. Desconocimiento del manejo de desechos orgánicos	El cantón no cuenta con un relleno sanitario, no se realizan actividades de reciclaje ni separación de desechos.
7. Introducción de especies exóticas como el eucalipto y el pino	La introducción de especies exóticas ha causado que se pierdan muchas de las

PROBLEMA AMBIENTAL	DESCRIPCIÓN
	plantas nativas del sector.
8. Inexistente capacitación en Educación Ambiental	Existe falta de interés por parte de los gobernantes de turno del cantón.
9. Uso de agroquímicos	Los agroquímicos son utilizados para el control de plagas, maximizar el rendimiento de las cosechas y mejorar la calidad del suelo
10. Aumento de la frontera agrícola	El avance de la frontera agraria implica un proceso de asentamiento de la población y apropiación de las nuevas tierras por parte de los productores, quienes organizan en ellas sus explotaciones agropecuarias. En este proceso de avance, las condiciones naturales de la zona cambian porque se reemplazan algunos elementos naturales (como la vegetación natural) por otros nuevos (como los cultivos).
11. Adelgazamiento de la capa de ozono	El uso intensivo de agroquímicos en la zona incide en el adelgazamiento de la capa de ozono
12. Minería ilegal	A pesar de las restricciones para desarrollar este tipo de actividades, existe explotación de oro en el sector las minas (Santa Rosa de Agua Clara), ocasionando daños a la naturaleza.

Fuente: Trabajo de campo. 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

d. Ámbito económico productivo

1. Características Económicas Productivas de la Población

La mayoría de la población del cantón Chillanes se dedica a la compra y venta de productos de primera necesidad, en la localidad se cultivan principalmente leguminosas como el maíz, fréjol, habas, arveja, trigo y cebada, así se elaboran distintas clases de harinas, en cuanto a plantas frutícolas se cosecha la mora y el tomate, con la producción de caña de azúcar se obtiene panelas y trago; todos estos productos son entregados a los comerciantes mayoristas en la parroquia urbana Chillanes para ser comercializados en su feria dominical “Plaza Santa Rita” que además son trasladados a nivel nacional, a ciudades como Guayaquil, Guaranda, Riobamba y Ambato.

2. Actividades económicas

a) Agricultura

En la parroquia urbana de Chillanes la población se dedica a la producción de maíz, haba, fréjol, cebada, arveja, lenteja, tomate de árbol, chocho, papa, papa china, mora. Mientras que en la parroquia rural de San José del Tambo se dedican a la producción de naranja, arroz, mandarina, yuca, cacao, plátano, café, limón, soya, caña de azúcar.

Cuadro N° 11: Productos Agrícolas

PRODUCTO	SUPERFICIE SEMBRADA HAS	SUPERFICIE COSECHADA HAS	RENDIMIENTO KILOGRAMOS HA	PRODUCCIÓN KILOGRAMOS	PRODUCCIÓN TONELADAS
Arveja	620	430	600	258000	258
Banano, oritos, limeños	858	840	8000	6720000	6720
Cacao	5890	5600	320	1792000	1792
Café	12580	1070	350	3745500	374.5
Cebolla en rama	20	20	5100	102000	102
Cebada	82	71	815	57865	57,865
Col	16	16	3636	58176	58,176

Caña de azúcar (tallo fresco)	675	672	39000	26208000	26208
Chocho	105	16	727	11632	11,632
Fréjol	2170	2165	280	606200	606,2
Haba tierna	620	605	830	502150	502,15
Lenteja	95	89	550	48950	48,95
Limón	20	20	3000	60000	60
Maíz duro seco	494	435	1650	717750	717,75
Maíz suave seco	8150	7100	1300	9230000	9230
Mellico	17	17	2250	38250	38,25
Mora	800	730	2200	1606000	1606
Naranja	570	505	3700	1868500	1868,5
Papa	136	125	20000	2500000	2500

Fuente: MAGAP, 2014

b) Ganadería

La población se dedica en un alto número a la producción de ganado ovino, porcino y bovino, además existen otras variedades como: caprino, asnal, caballar, porcino, etc.

Cuadro N° 12: Especies Ganaderas del cantón Chillanes

ESPECIE GANADERA	TOTAL ANIMALES
Vacunos machos	2715
Vacunos hembras	6980
Porcinos	19115
Ovinos	2805
Caprinos	35
Caballares	1918
Asnos	68
Mulares	1910

Fuente: MAGAP, 2014

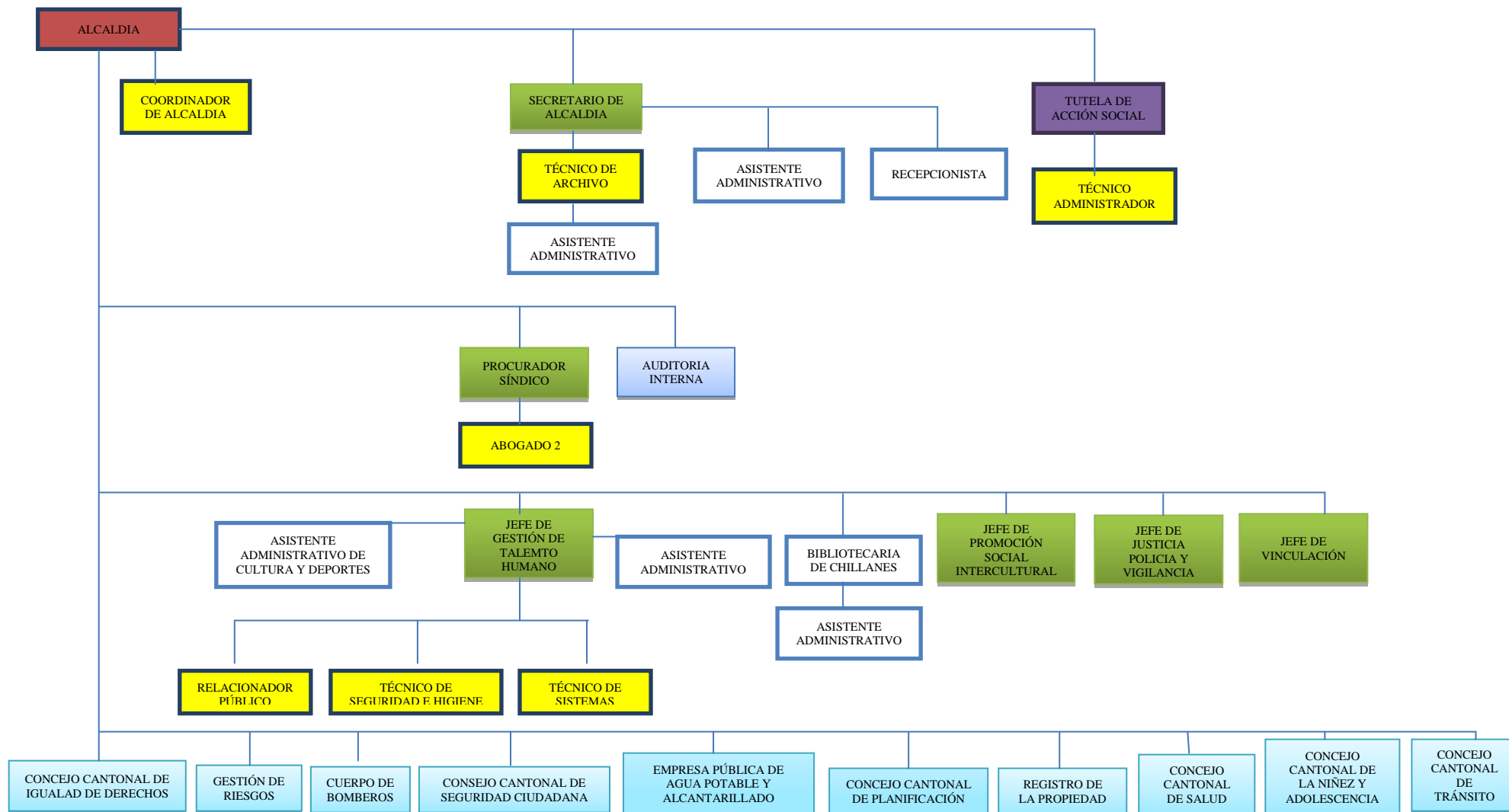
**Cuadro N° 13: Incidencia y control de enfermedades ganaderas del cantón
Chillanes**

INCIDENCIA DE ENFERMEDADES	CONTROL
Carbunco sintomático	Vacunación cada 6 meses
Fiebre aftosa	Vacunación cada 6 meses
Anaplasmosis piroplasmosis	Control de Vectores (garrapatas)
Brucelosis y Leptospirosis	Certificación de predios libres de brucelosis

Fuente: MAGAP, 2014.

e. Ámbito político administrativo

Gráfico N° 01: Administración interna (Alcaldía)



Fuente: GAD Chillanes, 2014.

2. Instituciones que trabajan en la zona

Las ONG's que funcionan en el cantón Chillanes son las siguientes:

- FUNDAMIT
- Islas de la Paz (IDP)
- Maquita Cushunchic

Estas organizaciones se dedican a ayudar en la producción agrícola y pecuaria con créditos, semillas o procesamiento de materia orgánica para la mejora de los productos.

Cuadro N° 14: Matriz de Stakeholder (involucrados)

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERESES EN EL PROYECTO
1. FUNDAMIT	Ayudar en la producción agrícola y pecuaria	R1: Humano R2: Económico Visión: Lograr una óptima producción agrícola y pecuaria y a la vez incrementar la inversión. Misión: Trabajar en proyectos que permitan mejorar la producción de sus productos.	Agricultura Pecuaria	Optimizar los productos agrícolas y pecuarios de la población local
2. ISLAS DE LA PAZ	Desarrollo de programas de capacitación y de	R1: Humano R2: Económico	Asistencia técnica agropecuaria,	Mejorar tecnologías de producción agropecuaria y manejo de pos cosecha

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERESES EN EL PROYECTO
	dinamización de la economía local	<p>R3: Financiero</p> <p>Mandato: Facilitación de procesos locales de desarrollo sostenible, que orienta su acción para mejorar la calidad de vida de las poblaciones rurales vulnerables e incidir en una buena gobernanza.</p> <p>Misión: Potenciar alianzas, redes y sinergias entre los actores del desarrollo, dinamizando las sociedades rurales</p>	<p>Crédito</p> <p>Riego</p> <p>Salud,</p> <p>Contabilidad y administración,</p> <p>Albañilería,</p> <p>Turismo comunitario,</p> <p>Panadería,</p> <p>Peluquería,</p> <p>Panadería,</p> <p>Música,</p> <p>Artesanías</p>	<p>Incrementar los activos productivos de la población</p> <p>Visibilidad e inserción de personas con discapacidad a la dinámica socio económica</p>

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERESES EN EL PROYECTO
		vulnerables a través del fortalecimiento de las organizaciones e instituciones locales		
3. MAQUITA CUSUNCHIC	<p>Generación y desarrollo de capacidades productivas locales</p> <p>Promover la asociatividad que son procesos que dinamizan enlaces y articulaciones entre varias personas y</p>	<p>R1: Humano</p> <p>R2: Económico</p> <p>R3: Gestión</p> <p>Visión: Lograr un alto impacto en la economía de las familias a través de redes, liderazgos y procesos de incidencia, con los principios de la economía social y</p>	<p>Asociatividad</p> <p>Producción</p> <p>Comercio justo</p>	<p>Sistemas de comercialización alternativa</p> <p>Construcción de un mercado solidario</p>

INSTITUCIÓN	ROLES	RECURSOS Y MANDATOS	ÁMBITOS DE INTERVENCIÓN	INTERESES EN EL PROYECTO
	organizaciones,	solidaria. Misión: Modificar la estructura y las relaciones de la sociedad y la economía con incidencia		

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

2. Matriz FODA

El análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) se realizó para evaluar las ventajas e inconvenientes del Cantón, para así poder identificar oportunidades que se deben aprovechar.

Cuadro N° 15: Matriz FODA del cantón Chillanes

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poseen una rica diversidad de flora y fauna ▪ Múltiples recursos naturales y culturales ▪ Solidaridad ▪ Gente trabajadora ▪ Los niños y jóvenes del cantón muestran interés en actividades turísticas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tierras productivas ▪ MUNICIPIO DE CHILLANES: forestación ▪ MAGAP: capacitación para agricultura y forestación. ▪ FUNDAMIT: optimizar los productos agrícolas y pecuarios ▪ ISLAS DE LA PAZ (IDP): apoyo en turismo comunitario ▪ MAQUITA CUSUNCHIC: sistemas de comercialización alternativa y producción orgánica. ▪ CONSEJO CANTONAL DE SALUD: fomento de modos de vida saludables con jóvenes y adultos
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desconocimiento de las potencialidades que posee la parroquia ▪ Desconocimiento de la importancia de la actividad turística ▪ Deficiencia en infraestructura turística para el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El cambio climático afecta a la especies nativas y a la producción ▪ Desastres naturales que afectan la calidad ambiental

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conformismo ▪ Aumento de la frontera agrícola ▪ Inconciencia por parte de los pobladores en cuanto al cuidado del medio ambiente ▪ Tala de arboles ▪ Contaminación del ambiente por el uso de fertilizantes ▪ Problemas limítrofes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adelgazamiento de la capa de ozono por el uso de fertilizantes ▪ Constantes lluvias en tiempo invernal ▪ Minería ilegal
---	---

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

3. Matriz CPES

Cuadro N° 16: Matriz CPES del cantón Chillanes

CAUSAS	PROBLEMAS	EFFECTOS	SOLUCIONES
1. Inconciencia de los pobladores	Mal manejo de los desechos	Mala imagen Acumulación de basura Contaminación del medio ambiente	Capacitación en las escuelas y colegios Implementar basureros
2. Desfogue de aguas servidas	Río Lambran contaminado	Mal aspecto visual Enfermedades en la población local de tipo bacterial y parasitario	Estudios de impactos ambientales Capacitación
3. Poca gestión de	Mal estado de los	Inconformidad	Capacitación en

CAUSAS	PROBLEMAS	EFECTOS	SOLUCIONES
las autoridades	servicios básicos	<p>en los clientes.</p> <p>Pérdida en ventas por carencia de servicios.</p> <p>No retorno de visitantes</p>	<p>servicio al cliente</p> <p>Organización</p> <p>Mejoramiento de servicios básicos</p>
4. Agricultura convencional como tradición generacional	Expansión de la frontera agrícola	Pérdida de la cobertura vegetal	<p>Delimitación de las zonas agrícolas</p> <p>Capacitaciones sobre el control de la frontera agrícola</p>
5. Monocultivo de plantas exóticas pino y eucalipto	Pérdida de plantas nativas	Pérdida de diversidad biológica	Rotación de cultivos
<p>6. Poco interés de las autoridades en actividades turísticas</p> <p>7. Falta de conocimiento en el aprovechamiento turístico de la zona</p>	Inexistente desarrollo turístico en el cantón	Escasos ingresos económicos hacia el cantón	<p>Elaboración de proyectos de desarrollo turístico</p> <p>Creación de paquetes turísticos.</p> <p>Apoyo de entidades para el financiamiento y</p>

CAUSAS	PROBLEMAS	EFFECTOS	SOLUCIONES
			ejecución de los proyectos.
8. Deslaves	Mal estado de las vías que llegan a los atractivos	Malestar en los pobladores Falta de visitantes	Gestionar el arreglo de las vías que dan a los atractivos

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

B. VIABILIDAD COMERCIAL


1. Estudio de mercado

a. Análisis de la oferta

1) Inventario de Recursos Naturales y Culturales Tangibles

Fichas para el levantamiento de información de atractivos turísticos (MINTUR, 2004).

Cuadro N° 17. Bosque Nativo de Tiquibuzo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 01
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
<u>1.5 Nombre del Atractivo:</u> BOSQUE NATIVO DE TIQUIBUZO	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Bosque	
1.8 Subtipo: Bosque Nativo	
	
<p>Foto N° 1: Bosque Nativo de Tiquibuzo</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 689494 S	2.5 Longitud: 9760902 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Parroquia Chillanes	3.2 Distancia: 8 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 2306m.s.n.m
4.2 Temperatura: 12° C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 292 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 8 km de la parroquia Chillanes.
4.5 Descripción del atractivo: El nombre que se le da a este bosque es debido a que se encuentra al lado de la comunidad Tiquibuzo, está conformado por una variedad de flora (palma de cera) y fauna y está asociado con una laguna que lleva su mismo nombre y que contrasta el paisaje.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Se puede encontrar especies de fauna como los roedores, armadillos, guatusas, guanta, chucuri, aves como gallinazos y en cuanto a flora tenemos el aliso, Figueroa.
4.7 Permisos y Restricciones Uso libre.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Para caminatas y recolección de madera.
4.8.2 Usos Potenciales Se puede realizar recorrido a través de la creación de senderos, así como también fotografiar el paisaje.

4.8.3 Necesidades turísticas
Implementación de señalética turística, diseño de senderos.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos: Conservación del bosque.
4.9.2 Impactos negativos: Construcción de la vía Chillanes – Bucay lo cual ha dividido el bosque en dos partes, la tala de árboles para obtener madera, alteración del hábitat de los animales que allí habitan.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Intervenido
5.2 Causas Construcción de la vía Chillanes – Bucay

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas Construcción de la vía Chillanes – Bucay y la tala de árboles.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Servicio de transporte de alquiler de camionetas
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Ninguna	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la parroquia Chillanes.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: no posee 9.2 Energía Eléctrica: no posee 9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna de Tiquibuzo.	10.2 Distancia:1 km


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 18. Laguna de Tiquibuzo

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 02
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
1.5 Nombre del Atractivo: LAGUNA DE TIQUIBUZO	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Sistema lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	
<div data-bbox="470 739 1129 1252" data-label="Image"></div> <p>Foto N° 2: Laguna de Tiquibuzo Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 688400 S	2.5 Longitud: 9749753 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Parroquia Chillanes.	3.2 Distancia: 9 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 2275m.s.n.m 4.2 Temperatura: 12° C 4.3 Precipitación Pluviométrica: 928 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 9 km de la parroquia Chillanes.
4.5 Descripción del atractivo: Esta laguna está formada por varias vertientes subterráneas que llegan y drenan de las quebradas más cercanas, tiene una profundidad de 6 metros, 80 metros de largo y de ancho unos 20 metros está rodeado de kikuyo.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: La comunidad de Tiquibuzo y sus actividades, zonas agrícolas.
4.7 Permisos y Restricciones No existen
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Lugar de esparcimiento de lugareños y gente de los alrededores que conocen el lugar durante los fines de semana.
4.8.2 Usos Potenciales Implementación de un balneario, cabalgatas, agroturismo, implementación de pesca deportiva, camping, etc.
4.8.3 Necesidades turísticas Estructuración organizacional de la comunidad para la administración del atractivo, realización de estudio de mercado, diseño e implementación de hospedaje ecológico, capacitaciones para la comunidad, señalización, implementación de infraestructura para otras actividades turísticas.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos: Implementación de infraestructura para la actividad turística.
4.9.2 Impactos negativos: Falta de intereses personales y comunitarios en el manejo de la actividad turística del lugar.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: En proceso de deterioro.
5.2 Causas Falta de organización de la comunidad para el manejo del recurso, falta de capacitación en el área turística a la comunidad, falta de promoción.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Deteriorado
6.2 Causas Presencia de cultivos y zonas de ganadería en la zona alta del lugar, en el lugar mismo se encuentra bastante conservado.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Camionetas de alquiler y buses como trans. Atenas
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Acompañarse de una persona que conozca la zona, ropa abrigada, protector solar y zapatos para caminata.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística existente en la parroquia Chillanes.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: no posee
9.2 Energía Eléctrica: no posee
9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Bosque nativo de Tiquibuzo	10.2 Distancia: 1 km


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o Organización	4
APOYO	a) Acceso	2
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 19. Mirador de Torreloma

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 03
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
1.5 Nombre del Atractivo: MIRADOR DE TORRELOMA	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Montaña	
1.8 Subtipo: Mirador	
<div></div> <p>Foto N° 3: Mirador de Torreloma</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 702360 S	2.5 Longitud: 9769888 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Achín	3.2 Distancia: 2 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
<p>4.1 Altitud: 2364m.s.n.m</p> <p>4.2 Temperatura: 12° C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 928 mm/año</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo:</p> <p>El atractivo se encuentra ubicado a 2 km de la parroquia Achín.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo:</p> <p>Este es el punto más alto de la parroquia urbana Chillanes, tiene una gran facilidad turística porque se ha construido una vía para dar facilidades turísticas, el lugar posee una vista espectacular desde el cual en un día despejado se puede observar la laguna de Tiquibuzo, la comunidad de Tiquibuzo y el bosque del mismo nombre.</p> <p>Este mirador posee mucha paz y tranquilidad después de una caminata no muy forzada es ideal para un descanso admirando los paisajes que nos ofrece la madre naturaleza.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>En el lugar se puede observar flora nativa como la mora silvestre, las palmas de tamban, guala, etc.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>El horario adecuado para las visitas es en la mañana cuando el clima es benigno para poder tener una vista de toda la zona. Informar a la comunidad de las visitas.</p>
4.8 Usos
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>En la actualidad la zona es utilizada para el pastoreo.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>El lugar se podría utilizar como atractivo central para el desarrollo de caminatas, se podría desarrollar reforestación con plantas nativas con el fin de recuperar la humedad del suelo.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Implementación de infraestructura y servicios turísticos, para brindar seguridad y comodidad a los visitantes.</p>
4.9 Impactos
<p>4.9.1 Impactos positivos: Oportunidades de trabajo para la comunidad a través de la prestación de servicios turísticos en las diferentes áreas. Obtención de ayuda</p>

económica para la implementación de infraestructura del lugar.
4.9.2 Impactos negativos: Degradación del ambiente.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Alterado
5.2 Causas Construcción de la vía de acceso al mirador.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas Construcción de la vía de acceso al mirador.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tierra
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Camionetas de alquiler
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Es recomendado utilizar ropa abrigada e impermeable por la variación del clima y zapatos adecuados para caminar además de gorra y bloqueador solar. Se recomienda visitar el mirador por la mañana.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Infraestructura turística no existe.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: no posee
9.2 Energía Eléctrica: no posee

9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

10.1 Nombre del atractivo: Laguna de Tiquibuzo	10.2 Distancia: 5 km
---	-----------------------------

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:

11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO


VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	4
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24

13. JERARQUIZACIÓN

Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 20. Laguna San Juan de Azapi

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 04
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
1.5 Nombre del Atractivo: LAGUNA SAN JUAN DE AZAPI	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Ambiente lacustre	
1.8 Subtipo: Laguna	
<div></div> <p>Foto N° 4: Laguna San Juan de Azapi</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 706286 S	2.5 Longitud: 9745492 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: San Juan de Azapi.	3.2 Distancia: 4 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 2379m.s.n.m
4.2 Temperatura: 12° C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 928 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 4 km de la comunidad San Juan de Azapi.
4.5 Descripción del atractivo: La laguna de San Juan de Azapi posee vertientes subterráneas de agua en su parte más profunda puede llegar a alcanzar los 8 m, mide 10 metros de largo por 20 m de ancho aproximadamente. El agua tiene una coloración algo amarillenta en el borde se puede observar que el agua es turbia debido a los minerales disueltos.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: La laguna se encuentra en una hacienda llamada Eliana alrededor se encuentra únicamente kikuyo, esta laguna es más utilizada como bebedero de agua para ganado.
4.7 Permisos y Restricciones El horario en el cual se puede visitar la laguna es a toda hora del día ya que se puede llegar con mucha facilidad y con el permiso de los señores de la hacienda.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Como bebedero de agua del ganado.
4.8.2 Usos Potenciales Se puede realizar recorridos por la laguna en pequeños botes, instalación de un paradero turístico y otras infraestructuras para poder atender al turista y se sienta cómodo y seguro.
4.8.3 Necesidades turísticas Estudio de impacto ambiental, implementación de infraestructura y servicios turísticos, promoción turística.
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Conservación de la laguna, evitar la contaminación, ingresos económicos.

4.9.2 Impactos negativos

Sirve como bebedero de agua del ganado, contaminación del agua.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:

5.1 Estado: Alterado

5.2 Causas

Bebedero de agua para ganado.

6. ENTORNO:

6.1 Entorno: En proceso de deterioro

6.2 Causas

Existencia de basura en los alrededores de la laguna.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO

7.1 Tipo: Terrestre

7.2 Subtipo: Lastrado

7.3 Estado de Vías: Regular

7.4 Transporte: Servicio de transporte de alquiler de camionetas

7.5 Frecuencias: Todos los días

7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año

7.7 Observaciones: El ingreso a la laguna es gratuito, se debe ayudar a cuidar el entorno.

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.

No existe

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

9.1 Agua: no posee

9.2 Energía Eléctrica: no posee

9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna de Cochaloma	10.2 Distancia: 6 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	2
	d) Estado de Conservación y/o Organización	2
APOYO	a) Acceso	3
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		23

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 21. Bosque Protector Chillanes Bucay

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 05
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
1.5 Nombre del Atractivo: BOSQUE PROTECTOR CHILLANES BUCAY	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Área protegida	
1.8 Subtipo: Bosque protector	
<div data-bbox="427 725 1203 1305" data-label="Image"></div> <p>Foto N° 5: Bosque Protector Chillanes Bucay</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 682298 S	2.5 Longitud: 9737197 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: La Miran	3.2 Distancia: 8 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
<p>4.1 Altitud: 1100 m.s.n.m</p> <p>4.2 Temperatura: 20° C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 1531 mm/año</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo:</p> <p>El atractivo se encuentra ubicado a 6.5 km del cantón Bucay y 18 km de la Miran bajo.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo:</p> <p>Desde el cantón General Antonio Elizalde (Bucay) se toma una vía de tercer orden hacia el norte que asciende en una distancia de 6.3 km hacia el sector de nuestra señora de la Esperanza, desde aquí se continúa por un sendero que asciende junto al río limón en una distancia de 500 metros, luego con la ayuda de un guía se debe continuar hacia el norte en una distancia de 340 metros para llegar al bosque protector. En éste último tramo no existe sendero.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Encontramos flora nativa del lugar como: Anturio, Arrayán, Balsa, Bejuco de montaña, Caimito, Cauchillo, Chonta, Copal, Figueroa, Guarumo, Helecho árbol, Matapalo. En cuanto a fauna tenemos: Ardilla, Armadillo, Cervicabra, Chucurillo, Conejo, Guanta, Guatusa, Mono Ardilla, Tigrillo, Venado, Aves: Gallitos de la peña, loros.</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Ninguno.</p>
4.8 Usos
<p>4.8.1 Usos Actuales</p> <p>Es utilizado para la visita de los turistas.</p>
<p>4.8.2 Usos Potenciales</p> <p>Los turistas podrían fotografiar la belleza del paisaje natural y las aves, establecer un área de Camping.</p>
<p>4.8.3 Necesidades turísticas</p> <p>Estudio de impacto ambiental, diseñar e implementar letreros informativos, limpiar los senderos de acceso para que se encuentren libres de maleza, señalización del sendero y del atractivo turístico.</p>

4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Desarrollo comercial de la zona, reducción de la migración de la población local, afluencia de turistas nacionales y extranjeros, incremento de los ingresos económicos.
4.9.2 Impactos negativos Cacería ilegal de animales de la zona, contaminación por la presencia de basura, alteración del hábitat de los animales que allí habitan, degradación del medio ambiente.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas Desarrollo de actividades turísticas amigables con el medio ambiente.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
6.2 Causas Deforestación, ampliación de la frontera agrícola

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Servicio de transporte de alquiler de camionetas
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Lugar de difícil acceso	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
No existe

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: no posee
9.2 Energía Eléctrica: no posee
9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Cascada de Piedra Blanca	10.2 Distancia:18 km


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		32

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 22. Cascadas de Piedra Blanca

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 06
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo: CASCADAS DE PIEDRA BLANCA	
1.6 Categoría: Sitio Natural	
1.7 Tipo: Sistema lacustre	
1.8 Subtipo: Cascada	
<div data-bbox="531 768 1153 1494" data-label="Image"></div> <p>Foto N° 6: Cascada de Piedra Blanca</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 683038 S	2.5 Longitud: 9763029 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Bucay	3.2 Distancia: 4 km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 1605 m.s.n.m
4.2 Temperatura: 23° C
4.3 Precipitación Pluviométrica: 2800 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado a 4 km del cantón Bucay.
4.5 Descripción del atractivo: Piedra blanca se encuentra en la comunidad la Miran bajo, este lugar está conformado por cuatro cascadas de gran singularidad y diferente altura, 10 metros, otra de unos 15 metros, la siguiente de 20 metros y la última llamada las gemelas de unos 60 metros donde se puede realizar el descenso por esta cascada como deporte extremo lo que le hace un paisaje espectacular para el turista o visitante.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: A su alrededor se encuentra una gran cantidad de flora como lo son las epifitas, líquenes, helechos, cedro, guihua, orquídeas, en cuanto a fauna tenemos Guanta, Raposa, Guatusa, Armadillo, que son especies nativas de la zona.
4.7 Permisos y Restricciones El lugar es de libre acceso, siempre y cuando se lo permita el dueño y posiblemente tenga un costo para la visita.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Este lugar es muy visitado por turistas locales, provinciales y nacionales.
4.8.2 Usos Potenciales Práctica de deportes de aventura como el rappel, mantenimiento de los senderos, servicios de guías, fotografía, implementación de servicios turísticos para la comunidad y seguridad del turista.
4.8.3 Necesidades turísticas Estudio de impacto ambiental, implementación de infraestructura y servicios turísticos, promoción turística.
4.9 Impactos

<p>4.9.1 Impactos positivos</p> <p>Oportunidades de trabajo para la comunidad a través de la prestación de servicios turísticos en las diferentes áreas.</p> <p>Obtención de ayuda económica para el mejoramiento de la infraestructura del lugar y para implementar infraestructura.</p>
<p>4.9.2 Impactos negativos</p> <p>Tala de árboles, destrucción del hábitat de los animales que habitan en el lugar.</p>

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Alterado
<p>5.2 Causas</p> <p>Presencia de basura</p>

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Alterado
<p>6.2 Causas</p> <p>Presencia de basura y quema de la vegetación.</p>

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Lastrado
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: Servicio de transporte de alquiler de camionetas
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año.
7.7 Observaciones: Se recomienda utilizar ropa ligera, impermeable, botas de caucho, repelente, gorra, bloqueador solar.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
No existe

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: no posee

9.2 Energía Eléctrica: no posee
9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Laguna de Tiquibuzo	10.2 Distancia: 5 km


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local y provincial y Nacional

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	6
	b) Valor extrínseco	7
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	6
APOYO	a) Acceso	5
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	3
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		33

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 23. Rio del Oro

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 07
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
1.5 Nombre del Atractivo: RIO DEL ORO	
1.6 Categoría: Sitios naturales	
1.7 Tipo: Ríos	
1.8 Subtipo: Ribera	
	
<p>Foto N° 7: Rio del Oro</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 707141 S	2.5 Longitud: 9737995 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Santa Rosa de Agua Clara	3.2 Distancia: 4 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 1236 msnm 4.2 Temperatura: 20° 4.3 Precipitación Pluviométrica: 1250 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: <p>Para llegar al atractivo desde Santa Rosa de Agua Clara se toma la vía Bucay-Chillanes a 5 minutos encontramos el desvío hacia las Minas, desde este punto siguiendo esta vía a 100 m aproximadamente encontramos un puente donde podemos observar con claridad el río del Oro.</p>
4.5 Descripción del atractivo: <p>El río del Oro es un pequeño caudal de aguas oscuras, su nombre se debe a que en invierno al arrastrar escombros de la zona que está compuesta la mayor parte de barro el color de sus aguas es parecido al oro, durante su trayecto se puede identificar una variedad de flora y fauna propias de la zona.</p>
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: <p>-Las Minas</p>
4.7 Permisos y Restricciones <p>Ninguno</p>
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales <p>Actualmente el uso del agua de río en este sector es mínimo.</p>
4.8.2 Usos Potenciales <p>-Senderismo -Avistamiento de flora -Avistamiento de avifauna</p>
4.8.3 Necesidades turísticas <p>-Señalética turística -Inventario de avifauna -Diseño técnico de un mirador</p>
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos <p>-Generación de fuentes de empleo -Ingresos económicos para las personas del sector</p>

-Lugares nuevos de recreación
4.9.2 Impactos negativos
-Erosión y compactación del suelo por exceso de turistas
-Contaminación
-Deterioro parcial del atractivo

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas: El ingreso es solo de las personas que trabajan en las minas. No se visualiza rastros de basura.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas: Vegetación abundante.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Tercer orden
7.3 Estado de Vías: Regular	7.4 Transporte: -----
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Servicios de hospedaje y alimentación a pocos minutos, telefonía celular (claro)

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: no posee

9.2 Energía Eléctrica: no posee
9.3 Alcantarillado: no posee

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Minas de oro.	10.2 Distancia: 500 m


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	3
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	1
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 24. Iglesia Santa Rita de Casia

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 08
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2014
1.5 Nombre del Atractivo: IGLESIA SANTA RITA DE CASIA	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Históricas	
1.8 Subtipo: Arquitectura religiosa	
<div></div> <p>Foto N° 8: Iglesia Santa Rita de Casia</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 715031 S	2.5 Longitud: 9769074 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Chillanes	3.2 Distancia: 0

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 2371m.s.n.m 4.2 Temperatura: 14° C 4.3 Precipitación Pluviométrica: 1250 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: El atractivo se encuentra ubicado en el cantón Chillanes.
4.5 Descripción del atractivo: La construcción de esta iglesia fue terminada a finales del siglo XVII después que la antigua iglesia se quemó en su totalidad ya que su material principal era la madera. En la actualidad la construcción se encuentra formada por bloques y ladrillos, en la torre principal se encuentra el campanario, además en esta iglesia se conserva la imagen de la patrona del cantón a la que debe su nombre Santa Rita de Casia.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Imágenes de la Virgen María, Jesús Resucitado, San José entre otros.
4.7 Permisos y Restricciones El lugar es de libre acceso.
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Ceremonias religiosas
4.8.2 Usos Potenciales Turismo cultural Turismo religioso
4.8.3 Necesidades turísticas Señalética informativa Medios interpretativos
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Implementación de actividades turísticas culturales.
4.9.2 Impactos negativos Abandono de la población por introducción de otras religiones.

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado.
5.2 Causas Mantenimiento de la infraestructura.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas El proceso de adecuación de sitios aledaños principalmente ha sido para acoplar positivamente con el modelo arquitectónico religioso.

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Primer orden
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Servicio de transporte de todo tipo
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo.	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Servicios de hospedaje y alimentación a pocos pasos.

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Sistema de alcantarillado

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Mirador de Torreloma	10.2 Distancia:2 km

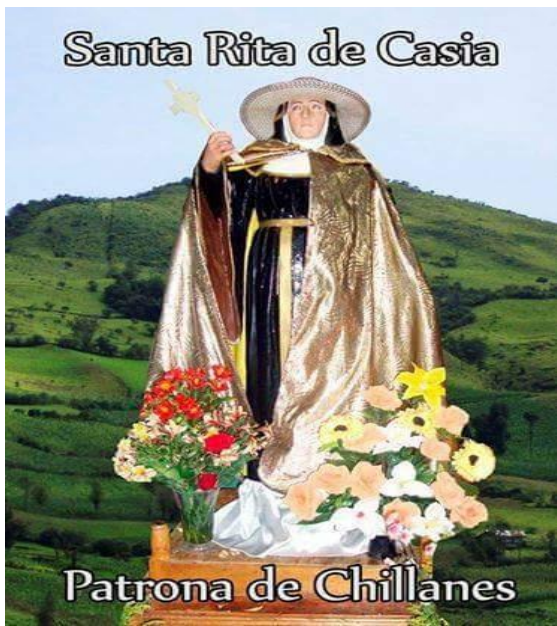
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	3
	b) Valor extrínseco	4
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	1
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		24

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 25. Fiestas patronales Santa Rita de Casia

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 09
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo: FIESTAS PATRONALES SANTA RITA DE CASIA	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Acontecimientos programados	
1.8 Subtipo: Festividad Religiosa	
<div></div> <p>Foto N° 9: Fiestas patronales Santa Rita de Casia</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 715031 S	2.5 Longitud: 9769074 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Bucay	3.2 Distancia: 52 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
4.1 Altitud: 2371 m.s.n.m 4.2 Temperatura: 14° C 4.3 Precipitación Pluviométrica: 1250 mm/año
4.4 Ubicación del Atractivo: Las fiestas de Cantonización tienen lugar en las principales calles del cantón, y la Iglesia que en honor a la patrona tiene su mismo nombre.
4.5 Descripción del atractivo: Constituye una fiesta religiosa para venerar a Santa Rita de Casia, los festejos comienzan el 22 de mayo ya que el día 24 se celebra su canonización. La fe religiosa de los Chillanenses se da a notar en cada acontecimiento programado por el Barrio Santa Rita, donde se realizan novenas, celebraciones religiosas, toros de pueblo, shows artísticos, etc. Se designa a los priostes los cuales llevaran la organización de las fiestas durante todo el mes de mayo. Cientos de fieles creyentes de la Santa se dan lugar en la cabecera cantonal para participar en la procesión que recorre las principales calles del cantón, donde se entonan cantos y alabanzas. La festividad se lleva a cabo gracias a los pobladores y residentes en otras ciudades que colaboran para el desarrollo del mismo.
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: Imagen de Santa Rita de Casia
4.7 Permisos y Restricciones Ninguno
4.8 Usos
4.8.1 Usos Actuales Festividad religiosa
4.8.2 Usos Potenciales Turismo Religioso
4.8.3 Necesidades turísticas Promoción turística
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos Ayuda a la economía de la población

4.9.2 Impactos negativos Contaminación de los sitios utilizados para la celebración

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas La celebración se realiza todos los años

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Primer orden
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Servicio de transporte de todo tipo
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Servicios de hospedaje y alimentación

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Sistema de alcantarillado

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Mirador de Torreloma	10.2 Distancia: 2 km


11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Local

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	3
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	2
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		25

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía I

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Cuadro N° 26. **Carnaval de Chillanes**

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador: Cristina Paredes	1.2 Ficha N° 10
1.3 Supervisor Evaluador: Ing. Catalina Verdugo, Ing. Paul Jínez	1.4 Fecha: 15/10/2013
1.5 Nombre del Atractivo: CARNAVAL DE CHILLANES	
1.6 Categoría: Manifestaciones culturales	
1.7 Tipo: Realizaciones artísticas contemporáneas	
1.8 Subtipo: Festividades	
	
<p>Foto N° 10: Carnaval de Chillanes</p> <p>Elaborado por: Cristina Paredes</p>	

2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia: Bolívar	2.2 Ciudad y/o Cantón: Chillanes
2.3 Parroquia: Chillanes	
2.4 Latitud: 715031 S	2.5 Longitud: 9769074 W

3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.	
3.1 Nombre del poblado: Bucay	3.2 Distancia: 52 Km

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.
<p>4.1 Altitud: 2371 m.s.n.m</p> <p>4.2 Temperatura: 14° C</p> <p>4.3 Precipitación Pluviométrica: 1250 mm/año</p>
<p>4.4 Ubicación del Atractivo:</p> <p>El Carnaval de Chillanes tiene lugar en todo el pueblo, en las principales calles del cantón se desarrollan las comparsas y en el parque central diferentes shows artísticos.</p>
<p>4.5 Descripción del atractivo:</p> <p>Constituye la fiesta más importante del cantón, al igual que en toda la provincia de Bolívar es el principal motivo por el que los turistas visitan el sitio.</p> <p>Empieza con la elección del taita carnaval quien es elegido por el pueblo para presidir el evento, además de apoyar económicamente.</p> <p>La elección de la reina del carnaval la organiza el municipio quien es el encargado de la preparación de las candidatas.</p> <p>El día jueves y Domingo se desarrollan las comparsas por las principales calles del cantón, suelen desfilar delegaciones de las ciudades donde residen los pobladores, al final se entrega un incentivo económico a las tres mejores comparsas como premio al esfuerzo apreciado.</p> <p>Lunes y martes de carnaval cada familia celebra en sus hogares, preparan platos exquisitos propios del lugar, como los tamales en hoja de pusig, que deleitan a propios y extraños, fritada, y se brinda el infaltable pájaro azul. Suelen cantar coplas de carnaval acompañados de un bombo y guitarras.</p> <p>La fiesta termina con el entierro del carnaval, cantan, bailan y se deleitan de la variada gastronomía.</p>
<p>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</p> <p>Comparsas</p> <p>Shows artísticos</p> <p>Elección de la reina del carnaval</p>
<p>4.7 Permisos y Restricciones</p> <p>Ninguno</p>
4.8 Usos

4.8.1 Usos Actuales
Festividad
4.8.2 Usos Potenciales
Turismo de naturaleza en los atractivos del cantón
4.8.3 Necesidades turísticas
Promoción turística
4.9 Impactos
4.9.1 Impactos positivos
Ayuda a la economía de la población
4.9.2 Impactos negativos
Contaminación de los sitios utilizados para la celebración

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:
5.1 Estado: Conservado
5.2 Causas
La festividad se realiza todos los años, a medida que pasa el tiempo se trata de integrar más elementos para llamar la atención de los turistas.

6. ENTORNO:
6.1 Entorno: Conservado
6.2 Causas

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO	
7.1 Tipo: Terrestre	7.2 Subtipo: Primer orden
7.3 Estado de Vías: Bueno	7.4 Transporte: Servicio de transporte de todo tipo
7.5 Frecuencias: Todos los días	7.6 Temporalidad de acceso: Todo el año
7.7 Observaciones: Se recomienda visitar el atractivo	

8. FACILIDADES TURÍSTICAS.
Servicios de hospedaje y alimentación

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA
9.1 Agua: Entubada
9.2 Energía Eléctrica: Sistema interconectado
9.3 Alcantarillado: Sistema de alcantarillado

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.	
10.1 Nombre del atractivo: Mirador de Torreloma	10.2 Distancia:2 km

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:
11.1 Difusión: Provincial

12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	4
	b) Valor extrínseco	3
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o Organización	5
APOYO	a) Acceso	4
	b) Servicios	4
	c) Asociación con otros atractivos	2
SIGNIFICADO	a) Local	4
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		30

13. JERARQUIZACIÓN
Jerarquía II

2) Biodiversidad

a. Flora

1. Flora nativa

Cuadro N° 27: Flora nativa del Cantón Chillanes

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Cedro	<u><i>Cedrella montana</i></u>	Meliaceae
Laurel	<u><i>Cordia alliodora</i></u>	Boraginaceae
Nogal	<u><i>Juglans neotropica</i></u>	Juglandaceae
Ceibo	<u><i>Ceiba pentandra</i></u>	Malvaceae
Moral	<u><i>Clarisia racemosa</i></u>	Moraceae
Figueroa	<u><i>Carapa guianensis</i></u>	Meliaceae
Jigua	<u><i>Ocotea</i></u> sp.	Lauraceae
Roble	<u><i>Roupala complicata</i></u>	Proteaceae
Guarumo	<u><i>Cecropia</i></u> sp.	Cecropiaceae
Guabo	<u><i>Inga chocoensis</i></u>	Fabaceae
Caucho	<u><i>Ficus elástica</i></u>	Euphorbiaceae
Arrayán	<u><i>Eugenia uniflora</i></u>	Myrtaceae
Tagua	<u><i>Phytelephas aequatorialis</i></u>	Aricaceae
Guayacán	<u><i>Tabebuia guayacan</i></u>	Bignoniaceae
Balsa	<u><i>Ochroma pyramidale</i></u>	Bombacaceae
Guadúa	<u><i>Guadua angustifolia</i></u>	Gramineae
Fernán Sánchez	<u><i>Triplaris guayaquilensis</i></u>	Polygonaceae
Frutipan	<u><i>Shefflera</i></u> sp.	Araliaceae
Palmito	<u><i>Jucca arborea</i></u> sp.	Arecaceae
Helecho árbol	<u><i>Alsophila</i></u> sp.	Cyatheaceae
Achiotillo	<u><i>Aprisa membranacea</i></u>	Malvaceae
Aguacatillo	<u><i>Nectandra</i></u> sp.	Lauraceae
Anturio	<u><i>Anthurium scherzerianum</i></u>	Araceae

Bejuco de montaña	<u>Hetropsisecuadorepsis</u>	Araceae
Cabo de hacha	<u>Machaeriummillei</u>	Fabaceae
Caimito	<u>Chrysofillum caimito</u>	Sapotaceae
Lechero	<u>Sapiumglandulosum</u>	Euphorbiaceae
Chilca	<u>Bacharisfloribunda</u>	Asteraceae
Chonta	<u>Aiphanescryofifolia</u>	Arecaceae
Colca blanca	<u>Miconiacapitellata</u>	Melastomataceae
Copal	<u>Hymenea curbaril</u>	Fabaceae
Duco	<u>Clusia glabra</u>	Clusiaceae
Huicundo	<u>Tillandsiacyanea</u>	Bromeliaceae
Limoncillo	<u>Cymbopogoncitratus</u>	Poaceae
Manglillo	<u>Ardisiamanglillo</u>	Myrsinaceae
Matapalo	<u>Coussapoa rotunda</u>	Moraceae
Naranjo de monte	<u>Aspidospermaelatun, little</u>	Apocynaceae
Olivo	<u>Tessariaintegrifolia</u>	Asteraceae
Palma	<u>Ceroxylonventricosum</u>	Arecaceae
Piñán	<u>Cariariathymifoliasp.</u>	Coriariaceae
Suro	<u>Chusqueadelicatula</u>	Poaceae
Hoja de pusig	<u>Gunnerabrephogea</u>	Gunneraceae

Fuente: GAD Chillanes, 2014.

2. Plantas medicinales

Cuadro N° 28: Plantas medicinales del cantón Chillanes

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	USO
Caballo chupa	<u>Equisetumquitense</u>	Equisetaceae	Riñones
Aguaviduca	<u>Pipercarpunya</u>	Piperaceae	Cólicos
Matico	<u>Buddleja globosa</u>	Piperaceae	Riñones

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA	USO
			Ulceraciones en la piel
Marco	<u>Aristeguietia glutinosa</u>	Asteraceae	Presión alta Hechizos
Guanto	<u>Datura sanguínea</u>	Solanaceae	Mal aire Espantos Mal de ojo
Toronjil	<u>Melissa officinalis</u>	Lamiaceae	Dolores de corazón
Borraja	<u>Borragoofficinalis</u>	Boraginaceae	Fiebre Gripe
Manzanilla	<u>Matricaria chamomilla</u>	Asteraceae	Dolores de estómago
Malva	<u>Malva peruviana</u>	Malvaceae	Inflamaciones Cáncer

Fuente: GAD Chillanes, 2014

b. Fauna

1. Fauna Nativa

Cuadro N° 29: Fauna nativa del cantón Chillanes

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Ardilla	<u>Sciurusgranatensis</u>	Sciuridae
Armadillo	<u>Dasypusnovemeinctua</u>	Dasypocidae
Chucurillo	<u>Mustela frenta</u>	Procyonidae
Conejo silvestre	<u>Sylvilagusbrasilensis</u>	Leporidae
Cervicabra	<u>Mazamarufina</u>	Cervidae

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO	FAMILIA
Guanta	<u>Cuniculus paca</u>	Cuticulidae
Guatusa	<u>DasyproctapUNETATA</u>	Dasyproctidae
Raposa	<u>DASICYONCULPASUS</u>	Didelphidae
Tigrillo	<u>Felispardalis</u>	Felidae
Venado	<u>ODOCOILENSVIRGINIANUS</u>	Cervidae
Zorro	<u>Caluromysdervianus</u>	Mustelidae
Chucuri	<u>Sciurusgranatensis</u>	Mustelidae
Búho	<u>Asioflames</u>	Strigidae
Gavilán	<u>Accipiterventralis</u>	Accipitridae
Pava de monte	<u>Penelopemontagnii</u>	Cracidae
Tórtola	<u>Zenaida auriculata</u>	Columbidae
Ratón	<u>Phyllotissp.</u>	Muridae
Halcón	<u>Falco peregrinus</u>	Falconidae
Puma	<u>Felisconcolor</u>	Felidae
Rata	<u>Caenolestesfuliginosus</u>	Muridae
Mono ardilla	<u>Saimitisciurens</u>	Cebidae
Mono mico	<u>Cabuellapygmacapygmea</u>	Callitrichidae
Oso	<u>Tremarctusornatus</u>	Ursidae
Sajino	<u>Tayassutajacu</u>	Tayassuidae
Tuta mono	<u>Aotus so.</u>	Aotidae
Loro cabeciazul	<u>Pionusmentruuns</u>	Psittacidae
Perdiz	<u>Nothoproctacurvirostris</u>	Tinamidae
Quinde	<u>Aglaeactiscupripennis</u>	Trochilidae
Gallo de la peña	<u>Rupicola peruviana</u>	Cotingidae

Fuente: GAD Chillanes, 2014.

3) Inventario de Patrimonio Cultural Inmaterial

1. Cosas de respeto

1.1. Cerro Punzucama

La localidad de Chillanes estuvo habitada antiguamente por la tribu de su mismo nombre con su cacique Chillán, del cual seguramente derivó su nombre, integrada por las comunidades de Bilován, Sicoto y Alagoto. En aquellos tiempos se asentaron en un punto llamado San Juan Pamba entre Quilayoco y la Florida, donde levantaron un adoratorio de piedra en la parte más alta del cerro **Punzucama**, dedicado al Dios Sol y también a la Luna.

2. Saber popular diario

2.1. Vestimenta

La vestimenta típica de la mujer, eran vestidos largos que llegaban a los tobillos, suéteres o chalitas, no utilizaban zapatos porque pocas personas tenían ese privilegio. En el caso de los hombres pantalón de tela, camisa de tela, chaleco y leva, acompañado de un sombrero. Al igual que las mujeres no utilizaban calzado pero algunas personas tenían unos zapatos llamados “suecos” que eran elaborados a base de caucho.

2.2. Vivienda

En la antigüedad las casas se construían con postes de madera, su cubierta era de cade o tapial, algunas también eran forradas con tambo, su estilo se parecía a las casas de la costa.

Viviendas de bareque y madera mixtas con muros de hormigón es una técnica constructiva tradicional del pueblo de Chillanes, son casas de gran altura con techo de zinc, grandes ventanales y un balcón.

Actualmente las casas son construidas de bloque o ladrillo y su cubierta es de losa o zinc.

2.3. Agricultura

La agricultura corresponde la principal fuente de alimento y subsistencia de las familias. Desde sus inicios la siembra y el trabajo del campo lo han realizado los hombres con las yuntas ya que se los ha considerado como los más fuertes y las mujeres se dedicaban a la cosecha y quehaceres domésticos.

Los principales cultivos eran maíz, fréjol, chocho, trigo, cebada y arveja cultivado la mayor parte para la venta.

Época de siembra

Enero febrero y marzo.

2.4. Gastronomía

Fritada preparada con carne y grasa de cerdo

Hornado frío preparado en hornos de leña

Papas con cuy

Tamales de harina de maíz en hoja de pusig

Humitas

Chigüiles de harina de maíz y recubiertos en hojas de maíz

Tortillas de maíz y trigo

Chicha de jora que está preparada a base de maíz

Caldo de manguera preparado con las vísceras de cerdo

Dulce de zambo

Locro de haba, arveja, fréjol.

Los alimentos se cocinaban en ollas de barro en el fogón y se servían en platos de loza, básicamente la dieta alimenticia era de locros de haba, arveja, fréjol, lenteja y coladas de dulce con leche.

2.5. Medicina ancestral

Remedios caseros

- **Cólicos:** infusión de manzanilla
- **Dolor de cabeza:** agua con tallo de eucalipto
- **Bilis:** agua de verbena, sal y limón
- **Gripe:** infusiones de borraja manzanilla y tilo
- **Fiebre:** infusión de escansel
- **Dolor de estómago:** infusión de raíz de cebolla, orégano, guaviduca
- **Preparto:** Infusión de hojas de higo
- **Dolor de corazón:** infusión de valeriana.

2.6. Música

En representación a la música y compositores propios tenemos al Lic. Ángel Vallejo y el Lic. Landívar Yáñez formaron el dúo Vallejo Yáñez, grabaron en la casa disquera IFESA de la ciudad de Guayaquil hace 30 años atrás la canción Cacique Chillán que es un albazo y un pasillo denominado Chillanes Glorioso.

▪ Coplas de Carnaval

Las coplas son tradicionales en todo el cantón, los hombres acostumbran a llevar guitarras, bombos y la caminera (botella de trago) para llegar cantando a la casa escogida para festejar el carnaval.

Los dueños de casa como buenos anfitriones brindaban comida y bebidas a los visitantes.

COPLA

Cualquiera por Carnaval
pela siquiera un pollito,
invitando a sus amigos
hace su sazoadito.

2.7. Procesamiento de granos secos

Para moler granos secos que previamente eran tostados en un tiesto de barro con leña se los trasladaba a un molino de agua que existía en la antigüedad el que según los pobladores de daba un sabor único a las harinas, con el paso del tiempo este tipo de molinos ha desaparecido y en la actualidad se realiza en proceso de preparación de harinas en molinos eléctricos existentes en el cantón.

3. Símbolos y valores

3.1. Creencias

▪ Dama Tapada

Se dice que la dama tapada era una mujer hermosa, de esbelta figura que acostumbraba a vestirse siempre de negro, perfumada con fragancias muy llamativas, principalmente los hombres borrachos acostumbraban a perseguirla.

Un día un hombre se armó de valor y decidió perseguirla para entablar amistad, aquella mujer generalmente se trasladaba a lugares oscuros y alejados, en aquella ocasión logro ser alcanzada y al voltear el borracho se llevó una gran sorpresa, ya que aquella mujer se convertía en serpiente, y aquel agradable perfume se convirtió en un olor nauseabundo, se dice que las personas que la veían morían.

▪ Cachicaldo

Cuenta la leyenda que en Guayabal una vez el dueño de una hacienda compró una partida de ganados, en aquel grupo se encontraron con un toro exageradamente bravo al que nombraron Cachicaldo, se dice que se entraba a las casas, la gente le temía. Cuando realizaban corridas de toros aquel ejemplar se subía a los palcos por lo que prefirieron no hacerlo participar en este tipo de eventos para no exponer a las personas del pueblo.

- **Desfile del diablo**

Se dice que a las 12 de la media noche salían todos los fantasmas: dama tapada, diablo, caja ronca, duende por las calles del pueblo desfilando y cantando, con velas blancas encendidas.

- **La caja ronca**

Cuentan los pobladores que una noche tipo 00:00 se encontraban un grupo de niños en la plaza del pueblo cuidando la cosecha que sería comercializada al día siguiente, ellos dormían profundamente pero escucharon un ruido por la calle Ezequiel Guerrero, se trataba de un grupo de personas que cargaban una caja fúnebre que seguramente contenía un cuerpo moribundo que roncaba muy fuerte, las personas que iban ahí algunas lloraban otras cantaban, eran aproximadamente 200 personas deambulando con velas de colores, que al consumirse se regaba la cera. Ellos pensaron que seguramente se trataba del entierro de alguna persona que acababa de fallecer, así que siguieron durmiendo, al siguiente día se levantaron y preguntaron a algunas personas si alguien había sido sepultado pero nadie les dio razón alguna, sin embargo los niños encontraron cera de diferentes colores en el piso por donde pasó aquella caja ronca.

- **El duende**

Se dice que el duende existe desde épocas de antaño, conocido como un hombre de pequeño tamaño, orejas alargadas, que adicionalmente llevaba un sombrero ancho y unos zapatos grandes, su característica principal era llevarse a las niñas con cabellos largos y ojos grandes.

- **Los caballos del diablo**

De acuerdo a relatos de la población en una ocasión un hombre salió a beber con sus amigos como era de costumbre, a la 1 de la mañana su esposa escucha que llega una manada de caballos a la puerta de su casa, aquel día había llovido muy fuerte así que el lugar estaba totalmente enlodado, la señora enfadada sale con palos a ahuyentar a todos los borrachos porque pensaba que venía su esposo con sus amigos a seguir libando, ella

abre la puerta y le ve solo a su esposo sentado en la vereda, totalmente limpio con zapatos limpios, se lleva una enorme sorpresa y desconcertada le ayuda a entrar a la casa a su esposo, en ese momento le da escalofríos y mareos.

3.2. Juegos populares

- Bolas
- Chantas
- Trompos de madera
- Coches de madera
- Curiquingues
- Pelota de tabla.

4. Calendario festivo

Cuadro N° 30. Calendario festivo del cantón Chillanes

FECHA		ACONTECIMIENTOS	ACTIVIDADES
Enero	01	Misa de año nuevo	Celebración eucarística en todo el cantón
	06	Tres reyes	Comparsas en la parroquia San Juan Pamba
Febrero		Carnaval	Comparsas, eventos artísticos y culturales, entierro del carnaval
Abril	05	San Vicente	Celebración eucarística Eventos sociales Shows artísticos
Mayo	22	Santa Rita	Celebración eucarística Eventos sociales Shows artísticos
Junio	1	Cantonización	Desfile cívico Comparsas Eventos sociales

			Shows artísticos
Julio	24	Divino Niño	Celebración eucarística Eventos sociales Shows artísticos
Septiembre	24	La Merced	Celebración eucarística Eventos sociales Shows artísticos
Noviembre	02	Finados	Celebración eucarística
Diciembre	24 31	Misa de gallo Fin de año	Celebración eucarística Concurso de monigotes Shows artísticos

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 31. Resumen de atractivos turísticos naturales

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CALIDAD		ENTORNO	ESTADO DE CONSERVACIÓN	ACCESO	SERVICIOS	ASOC. CON OTROS ATRACTIVOS	SIGNIFICADO				SUMATORIA	JERARQUÍA	ESTADO DE CONSERVACIÓN
	VALOR INTRINSECO	VALOR EXTRINSECO						LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	INTERNACIONAL			
1. Bosque nativo de Tiquibuzo	3	4	4	3	4	2	3	2				25	I	En proceso de deterioro por deforestación
2. Laguna de Tiquibuzo	4	4	5	4	2	1	3	2				25	I	Sin alteración
3. Mirador de Torreloma	4	4	3	3	3	1	4	2				24	I	Sin alteración
4. laguna san Juan de Azapi	5	5	2	2	3	1	3	2				23	I	Alterado
5. Bosque protector Chillanes-Bucay	7	6	4	5	4	1	3		2			32	II	Sin alteración
6. Cascadas de Piedra Blanca	6	7	3	6	5	1	3		2			33	II	Sin alteración
7. Río del Oro	4	4	4	3	4	1	2	2				24	I	Sin alteración

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 32. Resumen de atractivos turísticos culturales tangibles

NOMBRE DEL ATRACTIVO	ESTADO DE CONSERVACIÓN		FACILIDADES TURÍSTICAS	DIFUSIÓN	ESTADO DE CONSERVACIÓN
	ATRACTIVO	ENTORNO			
Iglesia Santa Rita de Casia	Conservado	Conservado	Hospedaje y Alimentación en el centro parroquial	Local	Se mantiene conservado
Fiestas patronales Santa Rita de Casia	Conservado	Conservado	Hospedaje y alimentación	Local	Se mantiene conservado
Carnaval de Chillanes	Conservado	Conservado	Hospedaje y alimentación	Provincial	Se mantiene conservado

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes

Cuadro N° 33. Resumen patrimonio cultural Inmaterial

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL					
COSAS DE RESPETO	SABER POPULAR DIARIO	Vestimenta Vivienda	Medicina ancestral	SÍMBOLOS Y VALORES	Creencias
Cerro Punzucama		Agricultura	Música		Juegos
		Gastronomía	Procesamiento de granos secos		

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

4) Declaratoria de la imagen turística del cantón Chillanes

Después de realizar el análisis de valoración de atractivos obtuvimos los siguientes resultados:

Se valoraron 10 atractivos turísticos, de los cuales 7 se ubican dentro de la categoría sitios naturales representando así el 70% y 3 pertenece a la categoría manifestaciones culturales correspondiendo al 20%, actualmente el cantón goza de atractivos que en su mayor parte son naturales y se encuentran conservados.

Los atractivos naturales de mayor jerarquía que en este caso es II, y que conforman este grupo son 2: Bosque Protector Chillanes-Bucay y las Cascadas de piedra Blanca, representando el 25% de los atractivos constituyéndose como atractivos focales del producto turístico que se va a ofertar, además los atractivos complementarios son 5: Bosque Nativo de Tiquibuzo, Laguna de Tiquibuzo, Mirador de Torreloma, Laguna San Juan de Azapi, Rio del Oro que representan el 75% de los atractivos que conforma la oferta turística del cantón.

Los atractivos culturales que tienen jerarquía I son: Iglesia y las Fiestas Patronales de Santa Rita de Casia, corresponden al 67%, El Carnaval de Chillanes alcanza jerarquía II y representa el 33% de atractivos culturales que posee el cantón.

De acuerdo a su estado de conservación el 71% de atractivos inventariados se encuentran conservados y el 29% que específicamente son el Bosque Nativo de Tiquibuzo, Laguna San Juan de Azapi, se encuentra en proceso de deterioro cuya causa principal es la deforestación por desinformación en los habitantes sobre la importancia de mantener y cuidar los bosques, en el caso de la laguna se ha convertido en bebedero de ganado reduciendo la cantidad de agua y dañando la flora del sitio.

La imagen turística del cantón es:

“El cantón Chillanes, en el Corazón de la Patria rodeado de hermosos paisajes llenos de vida, invita a visitar este mágico lugar denominado Donde nacen las Nubes”

b. Infraestructura

Cuadro N° 34: Infraestructura del cantón Chillanes

SERVICIO	
1) Servicios básicos	<p>a. Agua</p> <p>El 79.6% de la población de Chillanes tiene acceso a este servicio básico.</p> <p>Agua entubada dentro de la vivienda: 19%</p> <p>b. Higiene</p> <p>El nivel de higiene del cantón Chillanes es el 20,20%.</p> <p>c. Recolección de Basura</p> <p>En el cantón Chillanes en un 14,31%.</p> <p>d. Alcantarillado</p> <p>Las viviendas que poseen servicio de alcantarillado corresponden al 24,30%.</p> <p>e. Electricidad</p> <p>El porcentaje total del cantón Chillanes es de 46,66%.</p>
2) Salud	<p>La población de Chillanes cuenta con un hospital general, unidades operativas de salud, dispensarios del IESS.</p>
3) Medios de transporte	<p>Las cooperativas que prestan servicio al cantón Chillanes son:</p> <p>Flota Bolívar, Dorado, Ñucallacta, Baños, Atenas, 10 de Noviembre, San Pedrito.</p>

4) Comunicación	La empresa que brinda este servicio es la CNT, existe cobertura móvil de las operadoras Movistar y Claro, esta última cuenta también con 4 establecimientos con cabinas. El cantón además tiene acceso al servicio de Internet en la mayoría de hogares y zonas wi-fi en lugares públicos.
5) Seguridad	Para la seguridad de los habitantes el cantón cuenta con un establecimiento de la Policía Nacional, Cuerpo de Bomberos y Defensa Civil.
6) Servicios financieros	Las entidades financieras que prestan sus servicios en el cantón son: Cooperativa de Ahorro y Crédito San José Ltda., Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora y Banco de Fomento.
7) Vías de acceso	<p>Las vías que posibilitan la llegada al cantón Chillanes son las siguientes:</p> <p>Quito-Chillanes</p> <p>Ambato-Chillanes</p> <p>Riobamba-Chillanes</p> <p>Guaranda-Chillanes</p> <p>Chimbo-Chillanes</p> <p>San Miguel-Chillanes</p> <p>San Pablo-Chillanes</p> <p>Guayaquil-Chillanes</p> <p>Bucay-Chillanes</p> <p>Babahoyo-Chillanes</p>

Fuente: UMATA, 2014.

c. Planta turística

Los servicios turísticos de hospedaje, alimentación y esparcimiento son de diferentes tipos y capacidades que los citaremos a continuación:

1) Servicio de Hospedaje

Cuadro N° 35. Servicio de Hospedaje

Establecimiento	Tipo	Propietario	Dirección	Habitaciones
La Unión	Hotel	Sr. Celso Solís	Calle García Moreno	20
Gran Hotel	Hotel	Sr. Luis Estrella	Calle Guayas y Ezequiel Guerrero	30
El Paraíso	Residencial	Sr. Enrique Salazar	Calle Guayas y Enrique Villagómez	15

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

2) Servicio de Alimentación

Cuadro N° 36. Servicio de Alimentación

Establecimiento	Tipo	Propietario	Dirección	Capacidad
Divino Niño	Restaurante	Sra. Mercedes García	Calle Guayas	20
El Che	Restaurante	Sra. Yadira Ortiz	Calle García Moreno	24

La Madrina	Restaurante	Sr. Darwin Naranjo	Calle Guayas y E. Guerrero	32
Cocos Bar	Restaurante	Sr. Adán Huilca	Calle Ángel Verdezoto	50
Las Rosas	Restaurante	Sra. Rosa Caba	Calle García Moreno	50
“Antonella”	Cafetería Burguer	Sr. Antonio Salazar	Calle García Moreno, frente al parque central	20
s/n	Picantería	Sra. Martha Sánchez	Calle García Moreno	20
s/n	Picantería	Sra. Gladys Pacheco	Calle García Moreno	20
s/n	Picantería	Sra. Rosa Silva	Calle Guayas	20
s/n	Picantería	Sr. Lorenzo Ortiz	Calle García Moreno	20
s/n	Picantería	Sra. Carmen de Alarcón	Calle García Moreno	20
Cocoa	Bar restaurante	Sra. Laura Yáñez	Calle Guayas	24

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

3) Lugares de Esparcimiento

Cuadro N° 37. Lugares de Esparcimiento

Establecimiento	Propietario	Servicio
Piscina Municipal	I. Municipio de Chillanes	1 piscina para adultos y 1 para niños

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

4) Bares y Discotecas

Cuadro N° 38. Servicio de Bares y Discotecas

Establecimiento	Propietario	Dirección	Capacidad
Discoteca	Sr. Ángel Calderón	Calle Ezequiel Guerrero	70
Bar Karaoke	Sr. Miguel Moyano	Calle Sucre	30
Bar	Sr. José Fiallos	Calle Guayas	40
Discoteca	Sr. Fabián Orna	Calle García Moreno	45

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

d. Oferta sustitutiva

El cantón General Antonio Elizalde se encuentra trabajando en actividades turísticas similares al producto turístico que se quiere crear, servicios que son operados por un grupo de guías nativos que trabajan conjuntamente con el gobierno autónomo descentralizado.

Cuadro N° 39. Resumen de atractivos del cantón General Antonio Elizalde

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
Balneario de Agua Clara	Sitio Natural	Ambiente lacustre	Pozo	II
Bosque húmedo de la esperanza	Sitio Natural	Bosque	Bosque húmedo subtropical occidental	II
Río Chimbo	Sitio Natural	Río	Raudal	I

Río San Antonio	Sitio Natural	Río	Raudal	I
Cascada Nuestra Señora del Carmen	Sitio Natural	Río	Cascada	II
Río Limón	Sitio Natural	Río	Raudal	I
Balneario El Chagüe	Sitio Natural	Río	Riachuelo	I
Malecón de Bucay	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnico científicas	Obras técnicas	II
Festividades de la Virgen del Carmen	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Festividades religiosas	II
Peleas de gallos	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Pelea de gallos	II
Rodeo Montubio	Manifestaciones culturales	Rodeo Montubio	Rodeo	II
Tradiciones gastronómicas	Manifestaciones culturales	Etnografías	Comidas y bebidas típicas	II
Festival Campesino “La Lolita”	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Ferias y congresos	II
Proyecto Dole-Banabucay	Manifestaciones culturales	Etnografías	Agroturismo	II
Taller y estación del ferrocarril	Manifestaciones culturales	Realizaciones técnicas científicas y culturales	Obras de ingeniería	II
Cabañas de papo	Manifestaciones culturales	Etnografías	Arquitectura vernácula	II

Fuente: Valdiviezo J, 2010, Plan de desarrollo turístico del cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas.

Cuadro N° 40. Prestadores de servicios turísticos en el cantón General Antonio Elizalde

NOMBRE	DIRECCIÓN	CAPACIDAD	SERVICIOS QUE OFRECE
Hotel California	Av. Raúl Banderas y Eloy Alfaro	40 pax	Alojamiento
Hotel Central	Eloy Alfaro y 19 de Octubre	42 pax	Alojamiento
Hostería Casa de la Piedra	Recinto Esperanza Alta	60 pax	Alimentación, recreación, hospedaje
Hotel "El Rey"	9 de Octubre y Ferroviaria	66 pax	Alojamiento
Restaurante "El Quijote"	Eloy Alfaro	27 pax	Comida Nacional, platos a la carta
Restaurante "Cabañas de papo"	Barrio Santa Elena	90 pax	Comida Nacional, asados, platos a la carta
Restaurante "El Chamizar"	Av. Raúl Banderas y Eloy Alfaro	30 pax	Comida Nacional, asados
Delicias del mar	Eloy Alfaro y 10 de Agosto	30 pax	Mariscos
Mini Heladería "Pinguino"	García Moreno y Cattani	28 pax	Heladería, comida rápida, snacks
Heladería Bar "Tip-Top"	García Moreno y Cattani	12 pax	Heladería, jugos, tostadas, batidos
Bar el Delirio	Av. Paquisha	26 pax	Barra, bebidas
Bar Raíces	9 de Octubre y Ferroviaria	34 pax	Pista de baile, barra, bebidas
Disco Bar Años 70	Ciudadela Teresita	80 pax	Pista de baile, barra, bebidas

Fuente: Valdiviezo J, 2010, Plan de desarrollo turístico del cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas

1) Análisis de la oferta sustitutiva

Los atractivos turísticos del análisis realizado en la Cabecera Cantonal y en algunos de sus recintos, tenemos que está conformado con un total de 16 atractivos turísticos, de los cuales 7 son naturales que representan el 47.05% y 9 son culturales representando así el 52.95% que actualmente tiene el cantón, gozan de una mezcla interesante entre manifestaciones culturales y atractivos naturales que en su mayoría se encuentran conservados.

Dentro de la categoría de manifestaciones culturales, Bucay tiene acontecimientos programados que atraen la atención de visitantes locales y nacionales, la organización recibe el apoyo de la Municipalidad de Bucay, empresa privada, establecimientos educativos, clubes sociales, deportivos y comunidades.

Los atractivos naturales de mayor jerarquía que en este caso es II, y que conforman este grupo son 3: Balneario de Agua clara, cascada nuestra señora de la esperanza y bosque húmedo tropical de la esperanza, representando el 50% de los atractivos constituyéndose como atractivos focales del producto turístico que se pueda ofertar, los atractivos complementarios son 4: Río Chimbo, Río San Antonio, Río Limón, Balneario del Chagüe que representan en otro 50% de los atractivos que conforman la oferta turística del cantón.

Los atractivos culturales de mayor jerarquía es II, es el festival campesino La Lolita y las festividades patronales de la virgen del Carmen, son acontecimientos programados que se da solo en el mes de noviembre y Julio respectivamente, tenemos además Malecón del –río Chimbo, Peleas de gallos, rodeo montubio, Proyecto Agro turístico Banabucay, tradiciones gastronómicas, Estación del Ferrocarril y las cabañas de papo que en su total son el 100% de atractivos culturales que posee el cantón.

2. Análisis de la demanda

a. Segmento

Turistas nacionales que visitan el cantón Chillanes, interesados en el ecoturismo que desean encontrar espacios donde puedan disfrutar de actividades recreacionales.

b. Universo

Cuadro N° 41. Registro de turistas Nacionales que ingresaron al cantón Chillanes durante el 2014.

TURISTA	REGISTRO	PORCENTAJE
Nacional	5687	100%
Total	5687	100%

Fuente: Dpto de Turismo, GADM Guaranda, 2014.

c. Muestra

1) Fórmula de Canavos

$$n = \frac{N.(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p.q)}$$

En donde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error 0.09

k: Constante de corrección 1.96

p: Probabilidad de ocurrencia de evento 0.5

q: Probabilidad de no ocurrencia de evento 0.5

$$n = \frac{5687 (0.5 * 0.5)}{(5687 - 1)(\frac{0.09}{1.96}) + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = 117$$

d. Instrumento

El instrumento de investigación para el estudio de la demanda se encuentra en el anexo 02.

e. Aplicación de encuestas

De un total de 117 encuestas aplicadas a turistas nacionales que visitaron el cantón Chillanes se obtuvieron los siguientes resultados:

1) Lugar de Procedencia

Cuadro N° 42. Lugar de Procedencia

Lugar de Procedencia	Frecuencia	Relación porcentual
Quito	40	34%
Ambato	26	22%
Riobamba	24	21%
Guayaquil	27	23%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

La mayor parte de turistas que visitaron el cantón son principalmente de la ciudad de Quito con un 34%, seguido de la ciudad de Guayaquil con el 23%, además de afluencia de turistas de las ciudades de Ambato y Riobamba con el 22% y 21% respectivamente. Resultado que indica el lugar de procedencia del segmento de mercado a considerarse en el producto.

2) Género

Cuadro N° 43. Género

Género	Frecuencia	Relación Porcentual
Femenino	54	46%
Masculino	63	54%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Según el resultado obtenido al realizar las encuestas el 54% de los encuestados fueron hombres, el porcentaje de mujeres es de 46% lo que indica que el producto turístico debe ser dirigido a ambos géneros.

3) Nivel de Educación

Cuadro N° 44. Nivel de Educación

Nivel de Educación	Frecuencia	Relación Porcentual
Primaria	9	8%
Secundaria	27	23%
Superior	73	62%
Post-Grado	8	7%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 62% de los encuestados tienen un nivel de educación superior, lo que indica que el producto turístico debe ser diseñado principalmente para personas con nivel de educación superior.

4) Edad

Cuadro N° 45. Edad

Edad	Frecuencia	Relación Porcentual
15-25	49	43%
25-40	32	27%
40-50	31	26%
Más de 51	5	4%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Del total de turistas encuestados el 43% se encuentra en el rango de 15-25 años, datos que expresan que el producto turístico debe ser diseñado para jóvenes.

5) Estado Civil

Cuadro N° 46. Estado Civil

Estado Civil	Frecuencia	Relación Porcentual
Soltero	73	62%
Divorciado	5	4%
Casado	31	27%
Otros (Unión libre)	8	7%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El estado civil del 62% de los encuestados es soltero, observando de esta forma el segmento a considerarse en el producto.

6) Ocupación

Cuadro N° 47. Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Relación Porcentual
Empleado público	27	23%
Empleado privado	12	10%
Estudiante	73	63%
Jubilado	5	4%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 63% de los turistas que visitaron la zona son estudiantes. Determinando de esta forma la ocupación del segmento de mercado a considerarse para el producto turístico.

7) Motivación de viaje

Cuadro N° 48. Motivación de viaje

Motivación de viaje	Frecuencia	Relación Porcentual
Vacaciones	55	47%
Visita familiares/amigos	45	39%
Negocios/trabajo	15	13%
Investigación	2	1%
Otros	0	0
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

La motivación de viaje del 47% de los visitantes es por vacaciones, seguida de la visita a familiares/amigos que corresponde al 39%. Estableciendo la temporada en la que se debe desarrollar las actividades turísticas.

8) Número de personas que viajan

Cuadro N° 49. Número de personas que viajan

Número de personas que viajan	Frecuencia	Relación Porcentual
Solo	32	27%
2 personas	37	32%
3-5 personas	41	35%
Más de 5 personas	7	6%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 35% de los encuestados respondió que viaja en grupos de 3-5 personas, seguido del 32% que viaja entre 2 personas. Porcentajes a ser tomados en cuenta para realizar los paquetes turísticos.

9) Tiempo disponible de visita

Cuadro N° 50. Tiempo disponible de visita

Tiempo disponible de visita	Frecuencia	Relación Porcentual
1-2 días	60	52%
2-3 días	25	21%
3-5 días	18	15%
Más de 5 días	14	12%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Del total de encuestados el 52% indicó que dispone de 1-2 días para realizar la visita. Datos que sirven para determinar la duración de los paquetes turísticos.

10) Frecuencia de actividades turísticas

Cuadro N° 51. Frecuencia de actividades turísticas

Frecuencia de actividades turísticas	Frecuencia	Relación Porcentual
Una vez al año	33	28%
Dos veces al año	55	47%
Más de dos veces al año	29	25%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

La frecuencia con la que realizan actividades turísticas es de dos veces al año correspondiendo al 47% de las encuestas realizadas. Datos que indican la frecuencia e interés en visitar la zona.

11) Tipo de turismo preferido

Cuadro N° 52. Tipo de turismo preferido

Tipo de turismo preferido	Frecuencia	Relación Porcentual
Cultural	16	14%
Aventura	46	39%
Comunitario	13	11%
Ecoturismo	31	26%
Agroturismo	9	8%
Científico	2	2%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 39% de los turistas indican que el turismo preferido es el de aventura, el 26% optó por el Ecoturismo. Preferencias que se deben considerar al momento de elaborar los distintos paquetes para el producto turístico.

12) Actividades a incluirse en el producto turístico

Cuadro N° 53. Actividades a incluirse en el producto turístico

Actividades a incluirse en el producto turístico	Frecuencia	Relación Porcentual
Biking	12	10%
Camping	19	16%
Cabalgatas	18	15%
Visita a sitios naturales	26	22%
Visita a centros culturales	7	6%
Canyoning	21	19%
Observación de flora y fauna	14	12%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

Según el 22% de turistas encuestados su principal actividad que debe ser incluida para la implementación de un producto turístico es la visita a sitios naturales, mientras que el 19% cree que debe considerarse el canyoning, el 16% optó por el camping y el 15% las cabalgatas, lo que indica que actividades principales deben ser incluidas en los itinerarios de los paquetes turísticos.

13) Tipo de alojamiento preferido

Cuadro N° 54. Tipo de alojamiento preferido

Tipo de alojamiento preferido	Frecuencia	Relación Porcentual
Hoteles	34	29%
Campamentos	68	58%
Centros comunitarios	15	13%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 58% de los turistas indicaron que el tipo de alojamiento preferido deben ser los campamentos. Determinando el servicio que se incluirá en el paquete que conforma el producto turístico.

14) Tipo de alimentación preferida

Cuadro N° 55. Tipo de alimentación preferida

Tipo de alimentación preferida	Frecuencia	Relación Porcentual
Platos a la carta	37	32%
Tradicional del sector	72	61%
Gourmet	6	5%
Vegetariana	2	2%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 61% de los encuestados prefieren alimentación tradicional del sector. Porcentaje que será tomado en cuenta en la elaboración de paquetes turísticos que incluyan alimentación.

15) Medios de comunicación

Cuadro N° 56. Medios de comunicación

Medios de comunicación	Frecuencia	Relación Porcentual
Radio	8	7%
Televisión	23	20%
Prensa escrita	6	5%
Internet	71	61%
Guías de turismo	0	0
Agencias de viaje	0	0
Amigos/familiares	4	3%
Revistas	5	4%
Otros	0	0
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 61% de los turistas respondió que obtiene información sobre los distintos sitios turísticos mediante internet. Datos que sirven para determinar los medios de difusión en el que se debe enfocar la promoción y publicidad del producto turístico.

16) Capacidad de gasto

Cuadro N° 57. Capacidad de gasto

Capacidad de gasto	Frecuencia	Relación Porcentual
\$25-60	89	76%
\$60-100	25	21%
Más de \$100	3	3%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 76% de los turistas estaría dispuesto a pagar de 25-60 dólares. Determinando así la capacidad de gasto que disponen los turistas en el momento de cancelar los servicios que se presten en los paquetes que conformarían el producto turístico.

17) Forma de pago

Cuadro N° 58. Forma de pago

Forma de pago	Frecuencia	Relación Porcentual
Efectivo	113	97%
Tarjeta de crédito	4	3%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

El 97% de los turistas realizan sus pagos en efectivo, mientras que el 3% utiliza tarjetas de crédito, lo que revela la forma de pago al momento de cancelar los servicios turísticos.

18) Disponibilidad para comprar paquetes turísticos

Cuadro N° 59. Disponibilidad para comprar paquetes turísticos

Disponibilidad para comprar paquetes turísticos.	Frecuencia	Relación Porcentual
Si	109	93%
No	8	7%
Total	117	100%

Fuente: Encuesta realizada a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

En cuanto a la disponibilidad para comprar paquetes turísticos el 93% respondió que sí. Indicando la factibilidad para la creación de un producto turístico.

f. Perfil del visitante

Los turistas son en su mayoría provenientes de la ciudad de Quito (34%) y Guayaquil (23%), además se registran visitas de ciudadanos de Ambato (22%) y Riobamba (21%). El (54%) es de género masculino, mientras que el (46%) restante pertenece al género femenino, la ocupación es estudiante y su nivel de educación es superior (62%).

El rango de edad en el que se encuentran es de 15-25 (43%). El estado civil del (62%) es soltero, la motivación de viaje es por vacaciones el (47%) y visita a familiares/amigos (39%). Generalmente viajan en grupos de 3-5 personas (35%), así como también entre dos personas (32%), quienes obtienen información principalmente en internet (61%), además la frecuencia con la que realizan actividades turísticas es de dos veces al año (47%).

Al crearse un producto turístico en el cantón Chillanes el (93%) estaría dispuesto a comprar un paquete turístico, dispondrían de 1-2 días para realizar la visita (52%), el tipo de turismo preferido es el de Aventura (39%) y el Ecoturismo (26%), las

principales actividades que deben ser incluidas en el paquete son la visita a sitios naturales (22%) y el canyoning (19%), indicando además que el tipo de alojamiento preferido es el campamento (58%), en cuanto a alimentación manifestaron su gusto por la comida tradicional del sector (61%), quienes estarían dispuestos a pagar por la visita 25-60 dólares (76%), el mismo que sería realizado en efectivo (97%).

g. Proyección de la demanda

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se ha estimado el porcentaje de aceptación del producto en un 93%, a quienes les gustaría comprar paquetes turísticos en los que se realicen visitas a sitios naturales.

$$5687 \times 0.93 = 5289 \text{ turistas}$$

Cuadro N° 60. Demanda potencial

AÑO	DEMANDA POTENCIAL
2014	5289
2015	5606
2016	5943
2017	6299
2018	6677

Fuente: Trabajo de campo 2014

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

C. VIABILIDAD TÉCNICA

1. Diseño técnico

a) Potencialidad turística

Se consideró 7 atractivos naturales dentro del producto turístico por tener rasgos llamativos, capaces de interesar a los visitantes, además de poseer un gran potencial para el desarrollo de actividades relacionadas con el ecoturismo; los mismos que se encuentran rodeados por atractivos con características atrayentes para el turista, complementados con los elementos culturales intangibles permiten el máximo aprovechamiento del potencial turístico de la parroquia, la satisfacción de la visita y ayudan a la economía local.

b) Actividades principales para los atractivos

Cuadro N° 61. Atractivos y actividades principales para el producto turístico

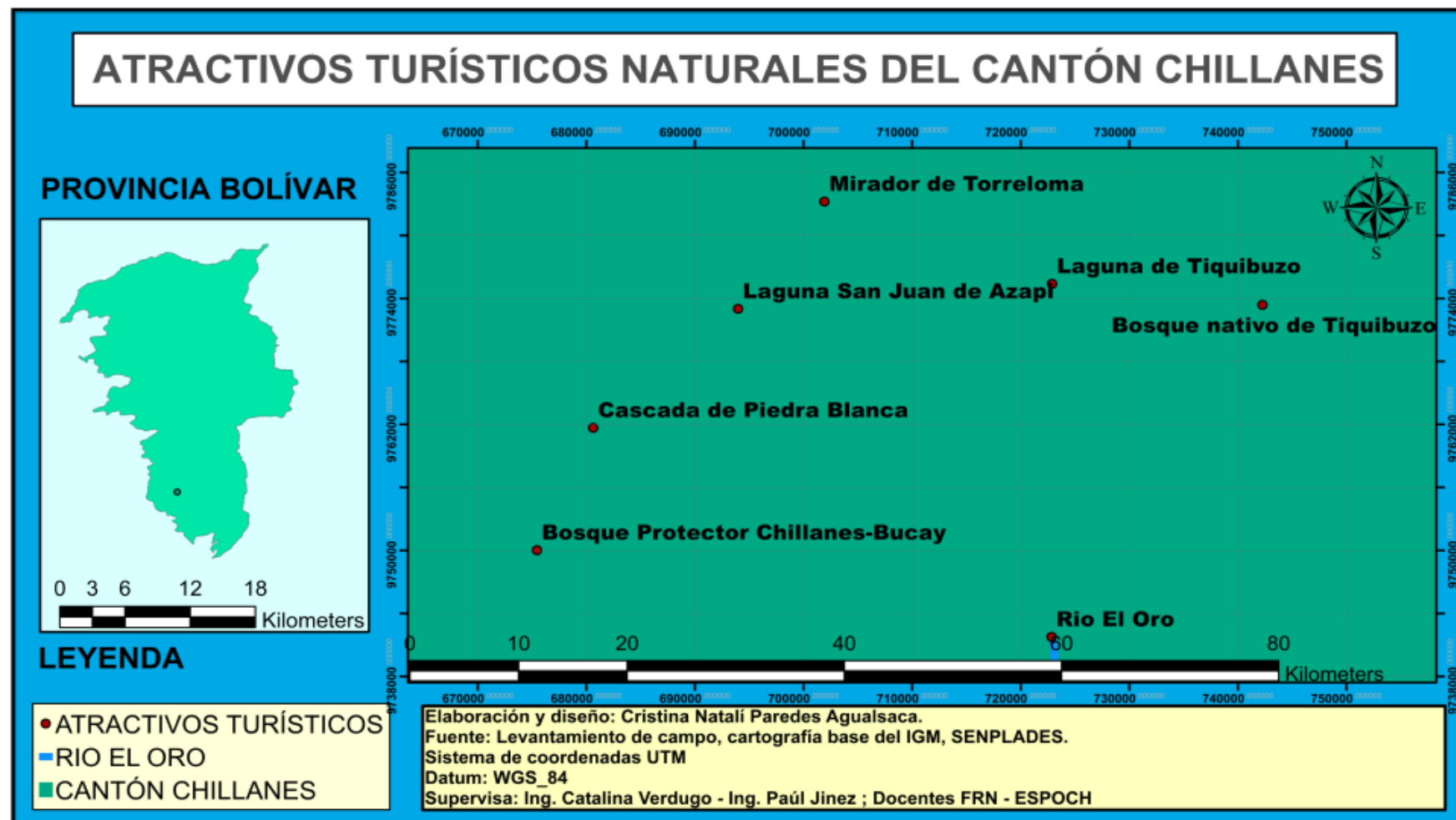
ATRACTIVO	UBICACIÓN	CATEGORÍA			JERARQUÍA	ACTIVIDADES
		CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO		
1.- Bosque nativo de Tiquibuzo	Tiquibuzo	Sitio natural	Bosque	Bosque nativo	I	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Observación de flora y fauna
2.- Laguna de Tiquibuzo	Tiquibuzo	Sitio natural	Sistema lacustre	Laguna	I	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Toma de fotografías • Picnic
3.- Mirador de Torreloma	Torreloma	Sitio natural	Montaña	Mirador	I	<ul style="list-style-type: none"> • Toma de fotografías • Senderismo
4.- Laguna San Juan de Azapi	San Juan de Azapi	Sitio natural	Sistema lacustre	Laguna	I	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de flora y fauna • Toma de fotografías • Picnic

						<ul style="list-style-type: none"> • Cabalgatas
5.- Bosque protector Chillanes-Bucay	Chillanes-Bucay	Sitio natural	Área protegida	Bosque protector	II	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo • Camping • Observación de flora y fauna • Avistamiento de aves
6.- Cascadas de piedra blanca	La esperanza	Sitio natural	Sistema lacustre	Cascada	II	<ul style="list-style-type: none"> • Canyoning • Senderismo • Observación de flora y fauna • Toma de fotografías
7.- Rio del Oro	Santa Rosa de Agua Clara	Sitio natural	Ríos	Ribera	I	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Observación de flora y fauna • Toma de fotografías

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

Gráfico N° 02. Mapa de Atractivos turísticos naturales del cantón Chillanes.



c) **Paquetes turísticos**

a. **Diseño de paquetes turísticos**

Se han elaborado paquetes turísticos acordes a: potencialidad turística del cantón Chillanes, infraestructura básica y planta turística disponible, sitios promisorios de visita y estudio de mercado.

1) **Paquete N° 01**

Cuadro N° 62. Paquete N° 01

Paquete N° 01		
Denominación: Encanto natural en un solo lugar		Código: PNT-01
Dificultad:	Medio	Estilo: Aventura
Recorrido: Chillanes – Bucay		Duración: 2 días
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
	10:00	Concentración en el centro poblado de Chillanes
	10:30	Salida desde Chillanes hacia el mirador de Torrelooma
	10:45	Arribo al mirador
	11:30	Salida hacia la hacienda de Tiquibuzo, entrega de box lunch
	12:00	Arribo al sector de Tiquibuzo y visita a la laguna y bosque nativo e indicaciones generales de actividades a realizar.
	13:00	Salida hacia la laguna San Juan de Azapi
	13:30	Arribo a la laguna de Azapi
	14:30	Almuerzo
	15:30	Salida hacia el sector de la Esperanza alta (Bosque protector Chillanes-Bucay)
	16.15	Arribo al sector de la Esperanza alta y establecimiento del campamento
	17:00	Cena
	07:00	Desayuno
	08:00	Levantamiento del campamento

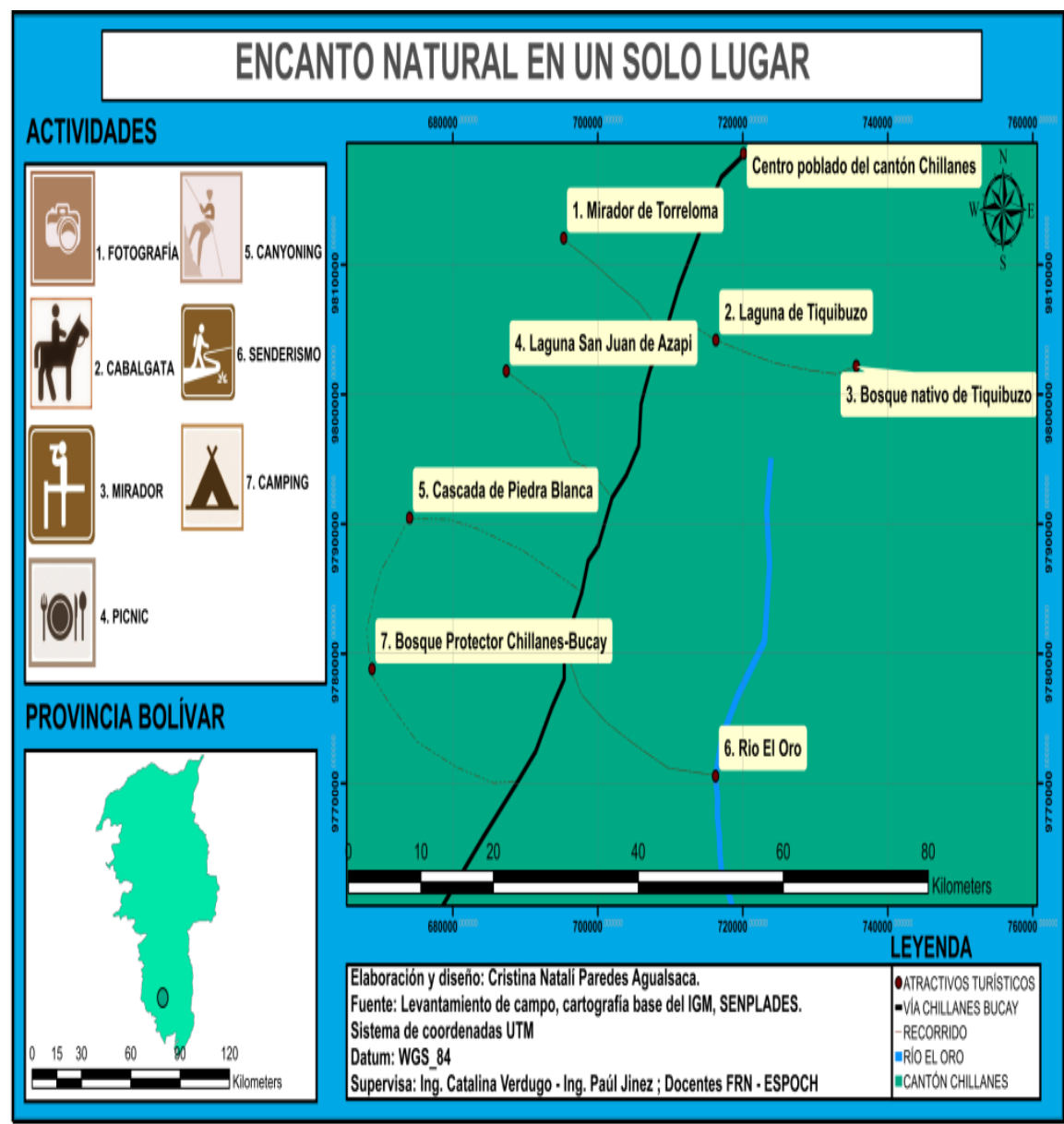
2	08:30	Salida hacia la cascada de piedra blanca
	09:00	Arribo a la cascada de piedra blanca
	12:00	Salida hacia el rio el oro
	12:20	Arribo al rio el oro y entrega de box lunch
	13:00	Retorno al cantón Chillanes
	14:15	Arribo al cantón Chillanes
	15:30	Entrega de souvenirs y fin de servicio
Descripción del paquete		
<p>En la mañana se concentrara el grupo en las instalaciones de la asociación, se dará una charla introductoria de bienvenida, se brindará el desayuno, y se les indicará normas de conducta que deberán acatar en el recorrido.</p> <p>La salida hacia el mirador de Torreloma inicia en el centro poblado de Chillanes, donde 1 guía (dependiendo del número de personas) los acompañaran durante todo el recorrido; se podrá hacer una caminata corta por un sendero y tomar fotografías del espectacular paisaje, siguiendo por un camino de tercer orden se llegara a la comunidad de Tiquibuzo, caminata de 15 minutos hacia el sitio en el cual se encuentra el bosque y laguna de Tiquibuzo, observación de flora y fauna propia de la zona, toma de fotografías, cabalgatas, siguiendo con el recorrido se llegará a la laguna San Juan de Azapi donde los visitantes podrán disfrutar del paisaje y un picnic con alimentos típicos del lugar.</p> <p>Luego de haber disfrutado de un succulento almuerzo nos dirigiremos al sector de la Esperanza alta, se realizará senderismo y se observará flora y fauna, al final del día se establecerá el campamento, se preparará una cena y se realizarán actividades de recreación e integración.</p> <p>A la mañana siguiente muy temprano se podrá realizar avistamiento de aves por un pequeño sendero no muy lejos del campamento, luego se brindará un desayuno sustancioso para proceder a levantar el campamento, siguiendo la misma vía se podrá visitar las bella cascada de piedra blanca en la cual se puede recibir información necesaria para realizar conyoning, al final de esta actividad se hidratara, seguido de esto se reiniciará el recorrido hacia el río el oro en donde a más de disfrutar de la naturaleza, observar flora y fauna, tomar fotografías podrán realizar pesca deportiva. Terminadas las</p>		

actividades en Santa Rosa de Agua Clara se retornará hacia el poblado de Chillanes, se entregará souvenirs y se dará por terminado el servicio.	
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos personales - Ropa abrigada e impermeable - Botas de caucho - Protector solar, gafas, gorra, cámara fotográfica - Carpa - Bolsa de dormir
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas y psicotrópicas - Armas blancas y de fuego
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> - No arrojar basura - No recolectar especies de flora o fauna - Hacer silencio y mantener el sigilo en sitios de observación de fauna - Seguir las instrucciones del guía
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> -2 desayunos - 1 almuerzos - 2 box lunch - 1 cena - Guianza - Transporte desde Chillanes durante todo el recorrido - Souvenir
No incluye	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte hacia el cantón Chillanes antes del tour -Alimentos y bebidas extras - Gastos personales - Propinas - Servicios no especificados en el programa - Implementos para pesca deportiva
Observaciones	El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes
Precio	<ul style="list-style-type: none"> -De 1 a 5 pax \$ 60.00 - De 5 a 10 pax \$ 51.00 -De 10 a 15 pax \$ 46.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

Gráfico N° 03. Mapa del recorrido del paquete 01



Cuadro N° 63. Análisis de Costos y cálculo del precio paquete 01

	RANGO DE PAX		
	5	10	15
COSTOS GENERALES			
Suplemento de guía/chofer	15	15	15
Guianza	20	40	40
Transporte	50	50	50
Total costos generales	85	105	105
COSTOS INDIVIDUALES			
Cabalgata	2.00	2.00	2.00
Canyoning	15.00	15.00	15.00
Desayuno	2.00	2.00	2.00
Almuerzo	2.00	2.00	2.00
Cena	2.00	2.00	2.00
Box lunch (2)	3.00	3.00	3.00
Hidratación	0.35	0.35	0.35
Souvenir	2.00	2.00	2.00
Total costos individuales	28.35	28.35	28.35
TOTAL COSTOS GENERALES	17.00	10.50	6.67
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	28.35	28.35	28.35
TOTAL COSTOS	45.35	38.85	35.02
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	4.53	3.88	3.50
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	2.26	1.94	1.75
TOTAL COSTOS Y GASTOS	52.14	44.67	40.27
MARGEN DE RANGO 15%	60.00	51.00	46.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

2) **Paquete N° 02**

Cuadro N° 64. Paquete N° 02

Paquete N° 02		
Denominación: Belleza paisajística entre lagunas		Código: PNT-02
Dificultad:	Fácil	Estilo: Senderismo
Recorrido: Chillanes- San Juan de Azapi		Duración: 1 día
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	06:00	Concentración
	06:30	Salida hacia el mirador de Torreloma
	07:00	Arribo hacia el mirador de Torreloma
	08:00	Salida hacia la hacienda de Tiquibuzo
	08:45	Arribo a la hacienda de Tiquibuzo
	09:00	Desayuno
	10:00	Salida hacia la laguna de Tiquibuzo
	10:30	Arribo a la laguna
	11:30	Salida hacia el bosque de Tiquibuzo
	11:45	Arribo al bosque de Tiquibuzo
	13.00	Almuerzo
	14:30	Salida hacia la laguna San Juan de Azapi
	15:15	Arribo a la laguna San Juan de Azapi y entrega de box lunch
	16:30	Retorno al centro poblado de Chillanes
	17:15	Arribo al centro poblado de Chillanes
	17:30	Entrega de souvenirs y fin del servicio
Descripción del paquete		
<p>En la mañana se concentrará el grupo en las instalaciones de la asociación, quienes llegaron anteriormente al cantón, se dará una calurosa bienvenida y una charla introductoria en donde se indicará normas de conducta que deberán acatar en el recorrido.</p> <p>El tour inicia en el centro poblado de Chillanes hacia el mirador de Torreloma, donde 1 guía (dependiendo del número de personas) los acompañaran durante todo el recorrido;</p>		

se podrá hacer una caminata corta por un sendero y tomar fotografías del espectacular paisaje, siguiendo por un camino de tercer orden se llegara a la hacienda de Tiquibuzo, degustación de un sustancioso desayuno, caminata de 15 minutos hacia el sitio en el cual se encuentra la laguna de Tiquibuzo, observación de flora y fauna propia de la zona, toma de fotografías, posteriormente se realizará senderismo hacia el bosque protector de Tiquibuzo en donde también se podrá disfrutar de flora y fauna propia del sitio, interpretación ambiental, toma de fotografías, al regresar a la hacienda se podrá disfrutar de un succulento almuerzo elaborado a base de productos de la zona. Siguiendo con el recorrido se llegará a la laguna San Juan de Azapi, se entregará box lunch, además los visitantes podrán disfrutar del paisaje, relajarse en este hermoso atractivo natural, cabalgatas, luego de la visita a este ambiente lacustre se retornará hacia el poblado de Chillanes, se entregará souvenirs y se dará por terminado el servicio.

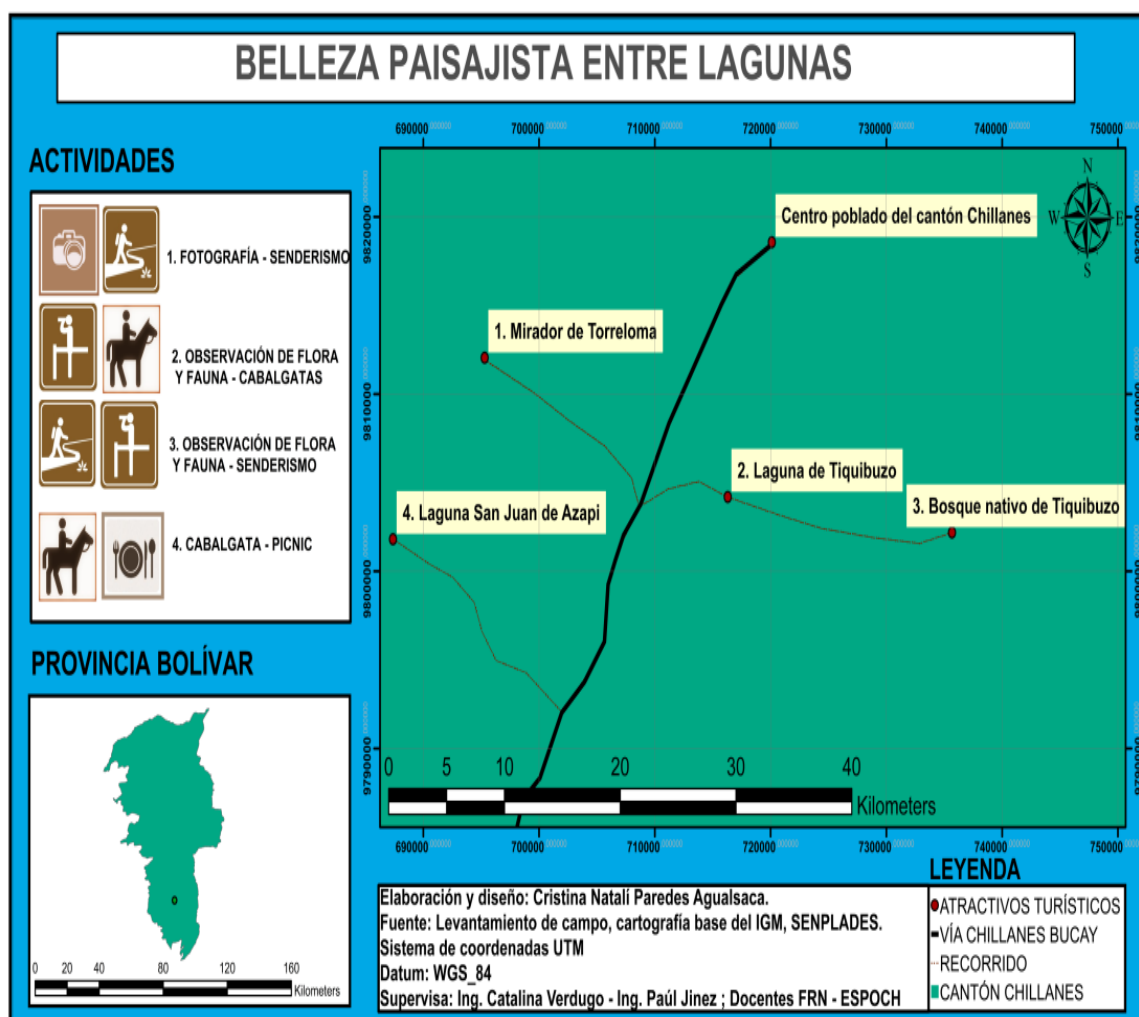
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos personales - Ropa abrigada e impermeable - Botas de caucho - Protector solar, gafas, gorra, cámara fotográfica
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas y psicotrópicas - Armas blancas y de fuego
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> - No arrojar basura - No recolectar especies de flora o fauna - Hacer silencio y mantener el sigilo en sitios de observación de fauna - Seguir las instrucciones del guía
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> - 1 desayuno - 1 almuerzos - 1 box lunch - Guianza - Transporte desde Chillanes durante todo el recorrido - Souvenir
No incluye	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte hacia el cantón Chillanes antes del tour - Alimentos y bebidas extras - Gastos personales

	<ul style="list-style-type: none"> - Propinas - Servicios no especificados en el programa
Observaciones	El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes
Precio	<ul style="list-style-type: none"> -De 1 a 5 pax \$ 25.00 - De 5 a 10 pax \$ 21.00 -De 10 a 15 pax \$ 19.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

Gráfico N° 04. Mapa del recorrido del paquete 02



Cuadro N° 65. Análisis de Costos y cálculo del precio paquete 02

	RANGO DE PAX		
	5	10	15
COSTOS GENERALES			
Suplemento de guía/chofer	10.00	10.00	10.00
Guianza	10.00	20.00	20.00
Transporte	25.00	25.00	25.00
Total costos generales	43.00	55.00	55.00
COSTOS INDIVIDUALES			
Cabalgata	2	2	2
Desayuno	2	2	2
Almuerzo	2	2	2
Box lunch	2	2	2
Hidratación	0.50	0.50	0.50
Souvenir	2	2	2
Total costos individuales	10.50	10.50	10.50
TOTAL COSTOS GENERALES	8.60	5.50	3.67
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	10.50	10.50	10.50
TOTAL COSTOS	19.10	16.00	14.17
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	1.91	1.60	1.42
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	0.95	0.80	0.71
TOTAL COSTOS Y GASTOS	21.96	18.40	16.30
MARGEN DE RANGO 15%	25.00	21.00	19.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

3) Paquete N° 03

Cuadro N° 66. Paquete N° 03

Paquete N° 03		
Denominación: Chillanes, tesoro escondido de aventura, relax y encanto natural		Código: PNT03
Dificultad:	Fácil	Estilo: Canyoning
Recorrido: Chillanes-Santa Rosa de Agua Clara		Duración: 1 día
Itinerario		
Día	Hora	Actividades
1	08:00	Concentración
	08:30	Salida hacia la cascada de piedra blanca
	09:30	Arribo a la cascada de piedra blanca
	10:00	Canyoning
	12:00	Senderismo Bosque Protector Chillanes – Bucay
	13:30	Almuerzo en la Esperanza alta
	14:30	Salida hacia el sector las minas
	15:20	Arribo hacia el sector las minas
	17:00	Retorno al centro poblado de Chillanes
	18:00	Arribo al centro poblado de Chillanes
	18:30	Entrega de souvenirs y fin del servicio
Descripción del paquete		
<p>En la mañana se concentrará el grupo en las instalaciones de la asociación, quienes llegaron anteriormente al cantón, entrega de box lunch y se dará una calurosa bienvenida y una charla introductoria en donde se indicará normas de conducta que deberán acatar en el recorrido.</p> <p>El recorrido inicia en el centro poblado de Chillanes hacia el sub trópico, podremos disfrutar de 3 pequeñas cascadas hasta llegar a la hermosa cascada de piedra blanca, en la cual se recibirá información necesaria para realizar conyoning en sus 60m de altura, además podrán disfrutar de un baño relajante en sus cristalinas aguas, al final de esta actividad se hidratara, a continuación se podrá disfrutar del relajante paisaje del bosque, recorrido por uno de sus senderos, observación de flora y fauna, tomar</p>		

fotografías.	
<p>A pocos minutos de distancia se encuentran el río del oro, en este sitio se realizará interpretación ambiental acerca de los efectos que ha causado la minería en el sitio, toma de fotografías y pesca deportiva en el río.</p> <p>Terminadas las actividades se retornará al centro poblado del cantón Chillanes, se entregará souvenirs y se dará por terminado el servicio.</p>	
Requerimientos para la visita	<ul style="list-style-type: none"> - Documentos personales - Ropa ligera e impermeable - Terno de baño - Protector solar, gafas, gorra, cámara fotográfica
Prohibiciones	<ul style="list-style-type: none"> - Bebidas alcohólicas y psicotrópicas - Armas blancas y de fuego
Normas de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> - No arrojar basura - No recolectar especies de flora o fauna - Hacer silencio y mantener el sigilo en sitios de observación de fauna - Seguir las instrucciones del guía
Incluye	<ul style="list-style-type: none"> - 1 almuerzos - 1 box lunch - Guianza - Transporte desde Chillanes durante todo el recorrido - Souvenir
No incluye	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte hacia el cantón Chillanes antes del tour - Alimentos y bebidas extras - Gastos personales - Propinas - Servicios no especificados en el programa
Observaciones	El paquete puede modificarse de acuerdo a las necesidades y sugerencias de los clientes
Precio	<ul style="list-style-type: none"> - De 1 a 5 pax \$ 40.00 - De 5 a 10 pax \$ 35.00

-De 10 a 15 pax \$ 33.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

Gráfico N° 05. Mapa del recorrido del paquete 03



Cuadro N° 67. Análisis de Costos y cálculo del precio paquete 03

	RANGO DE PAX		
	5	10	15
COSTOS GENERALES			
Suplemento de guía/chofer	10.00	10.00	10.00
Guianza	10.00	20.00	20.00
Transporte	25.00	25.00	25.00
Total costos generales	43.00	55.00	55.00
COSTOS INDIVIDUALES			
Canyoning	15.00	15.00	15.00
Almuerzo	2.00	2.00	2.00
Box lunch	2.00	2.00	2.00
Hidratación	0.35	0.35	0.35
Souvenir	2.00	2.00	2.00
Total costos individuales	21.35	21.35	21.35
TOTAL COSTOS GENERALES	8.60	5.50	3.67
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES	21.35	21.35	21.35
TOTAL COSTOS	29.95	26.85	25.02
GASTOS ADMINISTRATIVOS 10%	2.99	2.68	2.50
GASTOS DE DEPRECIACIÓN 5%	1.50	1.34	1.25
TOTAL COSTOS Y GASTOS	34.44	30.87	28.77
MARGEN DE RANGO 15%	40.00	35.00	33.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

2. Requerimientos

2.1. Infraestructura básica en el cantón Chillanes

Cuadro N° 68. Infraestructura básica en el cantón Chillanes

SERVICIO BÁSICO	ENTIDAD DE SOPORTE
Agua	Municipio de Chillanes.
Energía eléctrica	Empresa Eléctrica Ecuatoriana.
Comunicación	Cnt, Movistar, Claro.
Salud	Ministerio de Salud: Hospital general Chillanes, Dispensario IESS.
Educación	Ministerio de Educación: Jardín de Infantes Homero Villagómez. Escuela fiscal mixta; Vicente Solano, Gabriela Mistral, Darío Guevara. Colegio nacional Chillanes.
Transporte	Flota Bolívar, Dorado, Ñucallacta, Baños, Atenas, 10 de Noviembre, San Pedrito.
Viabilidad	Prefectura de Bolívar.
Seguridad	Policía Nacional, Cuerpo de bomberos, Defensa civil.

Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes.

2.2. Señalética

Este sistema de señalética turística tiene como principal objeto informar y direccionar al turista dentro de las diferentes rutas que ofrecen a los diferentes atractivos, así también interpretar elementos de interés de tipo natural y cultural; por lo que en el presente trabajo tenemos la siguiente clasificación:

- Señalización Informativa
- Señalización Orientativa
- Señalización Restrictiva

1. Señalización Informativa

Este tipo de señalética permite que los visitantes se puedan informar de ciertos detalles ya sea de los poblados de la parroquia como de la superficie y el número de habitantes. Además también se puede informar los servicios con los que cuentan determinados atractivos, en conclusión este tipo de señalización será básica y relevante para la comprensión y entendimiento que debe conocer el turista.

Dentro de esta se ha clasificado algunos tipos de letreros que según su función y necesidad será diseñado:

- Letrero de bienvenida
- Letrero de atractivos

Cuadro N° 69. Valla de Bienvenida

FUNCIÓN
Letrero informativo que servirá para dar la bienvenida a los visitantes que llegan a la parroquia
UBICACIÓN
El letrero estará ubicado en un solo lugar específico, en la entrada principal a la parroquia Chillanes
MODELO DE LETRERO

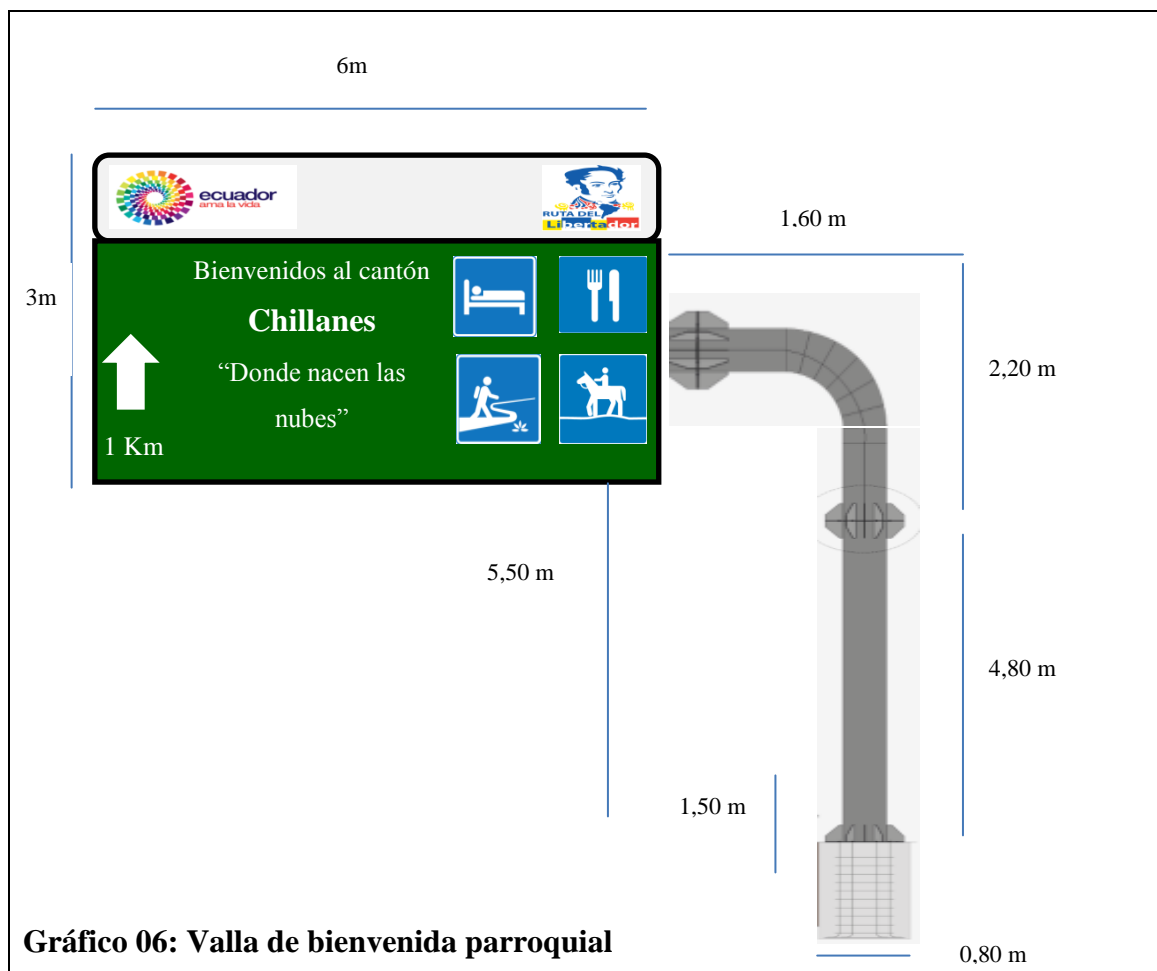


Gráfico 06: Valla de bienvenida parroquial

MATERIALES

Características Técnicas

Plinto con armadura de hierro: Son dos cubos de 800 x 1500g x 1500mm (210kg/cm²), con armadura de hierro constituida por 8 varillas de 1500mm de longitud x 24mm de diámetro de hierro corrugado = 4200kg/cm², dispuestos para cada uno de los pórticos y fuera del área de la calzada, espaldones y cunetas. Cada una de las varillas será roscada galvanizada en su parte superior en una longitud de 50mm de forma que pueda recibir una tuerca de 7/8”, arandelas planas y de presión. Las varillas se unirán mediante estribo circulares con un diámetro de 500mm dispuestos a 15cm cada uno, en consecuencia existirán 8 estribos.

Columnas: Son estructuras tubulares de 380cm de diámetro y 480cm de longitud, los espesores de las planchas serán así: 2 planchas de 5mm de espesor. Todas las uniones de planchas se realizarán mediante cordones corridos de soldadura MIG, de forma que se asegure que no existan grietas. La estructura en su conjunto será tratada con un fondo anticorrosivo, promotor de adherencia y dos manos de esmalte automotriz brillante en el color que se establezca.

<p>Viga:Es una estructura tubular de 380mm de diámetro y longitud variable, se conseguirá mediante la unión de dos tramos de tubo de 2,44m resultado de barolar planchas de hierro negro. El espesor de las planchas será de 3mm de espesor.</p> <p>Pantallas: Las pantallas contendrán la información gráfica determinada por el MINTUR, las dimensiones son de 600cm de longitud y 300cm de altura. La estructura de la pantalla se conseguirá mediante perfiles metálicos, tubo cuadrado 1/1/2” x 1,5mm de espesor de forma que el sustrato aluminio liso anodizado base de la pantalla gráfica pueda ser sujeto a esta. El material será pórtico retro reflectivo prismático que cubra el 100%</p>	
LEYENDA	
<p>El contenido de la valla estará dividida en tres partes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encabezado: Bienvenidos • Cuerpo: Chillanes, Granero del Ecuador • Además cuenta con la marca país. Este modelo está diseñado como lo establece el Manual de Señalización Turística del MINTUR, Pictogramas de servicios y atractivos y una flecha de dirección con su distancia. 	
MANTENIMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Revisión anual de la pintura de las letras, reposición de la valla en caso de deterioro o vandalismo.	<p>Albañil: 2 jornadas de 8 horas en la colocación de la valla</p> <p>Mecánico: 4 jornadas de 8 horas para realizar la valla</p>
<p>OBSERVACIONES: La valla de bienvenida tiene las medidas y las especificaciones que exige el Manual de Señalización Turística del MINTUR, como son: el color azul oscuro para el fondo, de material reflectivo, tamaño de letra 35cm para bienvenido y 25cm para el complemento. La marca país en la parte superior izquierda, esta parte que contiene la marca es de color blanco en el fondo.</p>	

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

Cuadro N° 70. Tótem de Atractivos

FUNCIÓN	
Letrero informativo que servirá para informar a los visitantes en que sector de la parroquia se encuentran	
UBICACIÓN	
El letrero estará ubicado en el parque central de la parroquia	
MODELO DE LETRERO	
<div><div><div>1,20 m</div><div></div><div><div>2,40 m</div><div></div></div></div></div>	
Gráfico 07: Tótem de atractivos	
MATERIALES	
Características Técnicas	
Estructura principal: Está conformada por un plinto de hormigón ciclópeo de 100x50x50cm. También cuenta con un pilar metálico de acero inoxidable de 2.50m contando con lo inserto en el tubo tendrá un diámetro de 0,12cm y con acrílico de	

6mm, además de los tornillos respectivos para el soporte. Para que no sea visible el tubo principal en la parte inferior se encontrarán dos láminas metálicas de 0,80cm x 0,10cm de ancho.

Pantalla: La pantalla será una plancha de 1,20 x 2,40m y de 2mm de espesor metálico inoxidable. Para sostener la pantalla se lo realizará con la ayuda de soldadura y de soportes metálicos de 2 pulgadas.

LEYENDA

El contenido del letrero está distribuido de la siguiente manera:

- Al lado superior derecho se encuentra el logotipo de la parroquia, al izquierdo la marca país. Posteriormente tenemos una fotografía a cada lado de los más sobresaliente del sector
- Finalmente el nombre de la fotografía en la parte inferior derecha de la foto, además en la parte inferior tenemos 6 pictogramas y en la parte inferior derecha el logo del MINTUR

MANTENIMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Revisión anual de la pintura de las letras, reposición del letrero en caso de deterioro o vandalismo.	Albañil: 1 jornadas de 8 horas en la colocación del letrero Mecánico y diseñador gráfico: 3 jornadas de 8 horas en la elaboración del letrero

OBSERVACIONES: El modelo de tótem fue tomado del Manual de Señalización Turística del MINTUR 2011, al cual se le añadió el logotipo de la parroquia y las fotografías tomadas en las respectivas salidas de campo, la letra utilizada será de color negro, tipo Times New Roman de 16cm.

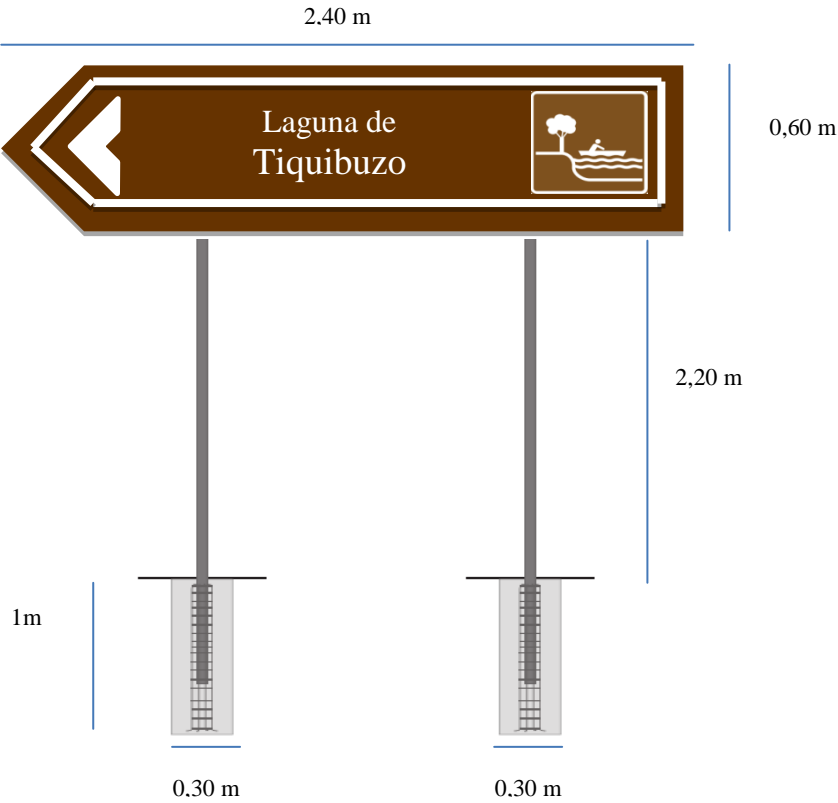
Fuente: Trabajo de campo, 2014.

Elaborado por: Cristina Paredes

2. **Señalización Orientativa**

Este tipo de señalización es de vital importancia para poder trasladarnos principalmente para los atractivos y servicios que posee la parroquia. Lo que se pretende con la implementación de esta señalética es guiar a los visitantes hasta el punto de destino.

Cuadro N° 71. Orientativo de Atractivos y servicios

FUNCIÓN
Letrero orientativo que servirá para dirigir a los turistas hacia los atractivos y servicios
UBICACIÓN
El letrero estará ubicado a un costado de la carretera principal, de acuerdo al atractivo.
MODELO DE LETRERO

Gráfico 08: Orientativo de atractivos y servicios
MATERIALES
Características Técnicas <ul style="list-style-type: none">• Plintos: Serán cubos de hormigón de 180kg/cm² fundidos en el sitio una vez que se hayan nivelado los postes, tendrán las siguientes dimensiones: 300mm x

<p>300mm x 1000mm.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Postes: Dos postes dispuestos uno a cada lado de la señal. En tubo cuadrado de 50,8mm x 2mm (2" x 2mm) de espesor, de 5 m de longitud, galvanizados. Deberán dejar una altura libre bajo la señal de 2,20m. El oferente podrá presentar la opción de acabado niquelado. • Pantalla: Para las pantallas de las señales de aproximación y vallas informativas de destinos tendrán dos componentes: La estructura, fabricada en tubo cuadrado de 50,8mm x 1,5mm (2" x 1,5mm), sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; ésta estructura estará conformada por un marco y diagonales de refuerzo del mismo tubo y será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz al menos 2 manos. La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado y esta será troquelada. • Fondo: Será una composición de vinilos retro reflectivos prismáticos, que cumplirán los niveles de retro reflectividad tipo XI con norma ASTM, láminas traslúcidas de electro. • Composición gráfica: Láminas de electro corte para textos, logotipos, símbolos de servicios y escudos viales. 	
LEYENDA	
<ul style="list-style-type: none"> • Contiene un pictograma del atractivo en la parte derecha • En la parte central se encuentra el texto con el nombre del atractivo • En la parte izquierda una flecha de orientación 	
MANTENIMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Revisión anual de la pintura de las letras, reposición del letrero en caso de deterioro o vandalismo.	<p>Albañil: 2 jornadas de 8 horas en la colocación de la valla</p> <p>Mecánico: 4 jornadas de 8 horas en la elaboración de la valla</p>
<p>OBSERVACIONES: El letrero de orientación tiene las medidas y las especificaciones que exige el Manual de Señalización Turística del MINTUR, como son: el color del fondo, material reflectivo, tamaño de letra, etc.</p>	

Fuente: Trabajo de campo, 2013

Elaborado por: Cristina Paredes.

3. **Señalización Restrictiva**

Este tipo de señalética tiene por objetivo concientizar a los visitantes, pobladores y personas en general a no arrojar basura en los puntos antes identificados. Principalmente contendrán mensajes para que de esta manera se reduzcan las incidencias de arrojo de basura.

Cuadro N° 72. Letrero Restrictivo

FUNCIÓN
Letrero que permitirá dar un mensaje a los visitantes de no arrojar basura, con mensajes que promuevan la conservación del medio ambiente
UBICACIÓN
El letrero se colocara en los puntos más propensos a ser arrojados basura, de acuerdo a cada atractivo.
MODELO DE LETRERO
 <p>Diagrama de un letrero restrictivo con las siguientes dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none">Letrero: 60cm de ancho y 60cm de alto.Poste: 60cm de alto.Base: 30cm de ancho y 50cm de alto.Altura total desde la base hasta el letrero: 2,20m.
Gráfico 09: Letrero restrictivo

MATERIALES	
<p>Características Técnicas</p> <p>Estructura principal: Compuesta por un plinto de hormigón ciclópeo de 0,30x0,30x0,50m de profundidad con hormigón de 180kg/cm² fundidos en sitio.</p> <p>Para el pictograma se usa un solo tubo galvanizado de 50,8mm x 50,8mm (2"x2") y 2mm de espesor.</p> <p>Deberán dejar una altura libre entre el suelo con la parte baja de la señal de 2,20m en pictogramas sin placa complementaria.</p> <p>Pantalla: Tendrá 2 componentes: La estructura, fabricada en tubos de acero galvanizado de 1" x 1,5mm de espesor, sus uniones serán soldadas mediante suelda eléctrica, electrodos 6011, totalmente limpias y esmeriladas; será tratada mediante anticorrosivo promotor de adherencia y laca automotriz, 2 manos.</p> <p>La pantalla usará como sustrato láminas de aluminio liso anodizado. Estas pantallas se sujetarán a los postes mediante acoples y pernos de carrocería galvanizados de 2" x ½". Su presencia no debe ser advertida por el frente de la señal, deberán quedar ocultos de forma que no interfieran en la estética de la señal.</p> <p>Fondo: Para los pictogramas con poste y placa complementaria, el fondo será una composición de material retro-reflectivo prismático, que cumplirá los niveles de retro reflectividad tipo IV en espacios urbanos y tipo XI en carreteras o ejes viales con norma ASTM, vinil traslucido para corte; que cumplirán los niveles de reflectancia mencionadas anteriormente.</p> <p>La señal deberá estar protegida por un laminado transparente (Lámina líquida o adhesiva) que asegure su estabilidad en presencia de rayos UV, sobre la cual se aplicará una lámina anti grafiti transparente</p>	
MANTENIMIENTO	TIEMPO DE EJECUCIÓN
Revisión anual de la pintura de las letras, reposición del letrero en caso de deterioro o vandalismo.	<p>Albañil: 1 jornadas de 4 horas en la colocación del letrero</p> <p>Mecánico y ayudante : 2 jornadas de 8 horas en la elaboración del letrero</p>
<p>OBSERVACIONES: Para la realización del diseño se ha aplicado todas las normas técnicas del manual del MINTUR.</p>	

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

Cuadro N° 73. Presupuesto señalética

TIPO DE SEÑALÉTICA	P/U	CANTIDAD	SUBTOTAL
Valla de Bienvenida	9631.28	1	9631.28
Tótem de Atractivo	1509.23	1	1509.23
Letrero Orientativo de Atractivos y Servicios	747.52	8	5980.16
Pictograma Restrictivo	200.23	8	1601.84
SUBTOTAL			18722.51
MANTENIMIENTO (20%)			3744.50
PRESUPUESTO TOTAL			22467.01

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

3. Estrategias de comercialización

En la determinación de las estrategias de comercialización del producto turístico se tomó en cuenta las 4 C del Marketing mix: consumidor, costo, conveniencia, comunicación.

3.1. Consumidor o cliente

3.1.1. Estrategia 1. Definición de la Imagen turística

a) Branding y posicionamiento

Es importante que el grupo de trabajo adopte una posición estratégica en el mercado, la misma que a través de la marca (imagotipo) logre diferenciarse del resto, para motivar al consumidor repetir la compra del producto y al mismo tiempo motivar a otros posibles consumidores.

b) Slogan

¡Chillanes, donde nacen las nubes!

c) Imagotipo

Los elementos y colores del imagotipo han sido diseñados pensando en el mercado objetivo.

i. Gama cromática

- **Verde:** Representa la flora y fauna del lugar, es considerado un color representante de la ecología
- **Azul:** Representa las cristalinas fuentes de agua.
- **Blanco:** Representa a las nubes, originalidad y paz, que se siente en el contacto con la naturaleza

Gráfico N° 10. Imagotipo



Fuente: Trabajo de campo 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

3.1.2. Estrategia 2. Determinar el valor diferencial del producto turístico

El producto turístico se ha diseñado en base a las preferencias del perfil del turista nacional quienes se sienten atraídos principalmente por la naturaleza lo que permite al producto:

- ✓ Establecer la interrelación entre el ser humano y la naturaleza
- ✓ Disfrutar e interpretar los distintos atractivos turísticos naturales
- ✓ Presentar servicios turísticos de calidad
- ✓ Mostrar al cantón como un nuevo destino de visitación
- ✓ Realizar actividades de turismo de aventura (canyoning)
- ✓ Generar ingresos económicos adicionales para las personas que viven en el cantón.

3.1.3. Estrategia 3. Estructuración de paquetes turísticos de acuerdo a las preferencias de la demanda

Se han estructurado cuatro paquetes turísticos en base a las preferencias de la demanda potencial, resaltando los atractivos turísticos naturales ubicados en el cantón Chillanes enfocados principalmente en el turismo de naturaleza.

Cuadro N° 74. Paquetes turísticos estructurados en base a las preferencias de la demanda

N°	NOMBRE	TIEMPO DE DURACIÓN	ESTILO	PRECIO
1	Encanto natural en un solo lugar	2 días	Aventura	-De 1 a 5 pax: \$60.00 -De 5 a 10 pax: \$51.00 -De 10 a 15 pax: \$46.00
2	Belleza paisajística entre lagunas	1 día	Senderismo	-De 1 a 5 pax: \$25.00 -De 5 a 10 pax: \$21.00 -De 10 a 15 pax: \$19.00
3	Chillanes tesoro escondido de aventura, relax y encanto natural	1 día	Aventura	-De 1 a 5 pax: \$40.00 -De 5 a 10 pax: \$35.00 -De 10 a 15 pax: \$33.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

3.2. Costo

3.2.1. Estrategia 1. Promociones

Los precios con los que se empezará la actividad turística son bajos es así que el paquete de dos días tiene un precio de \$60, para los paquetes de 1 día el precio es de \$25 y \$40 de acuerdo a las preferencias del cliente, considerándose precios con los que se puede competir y son accesibles al bolsillo del turista.

Además para grupos mayores de 15 personas se realizará un descuento del 10%, y en temporada baja la promoción será de 2 pax por uno, de esta manera motivaremos a los turistas a acceder a los distintos paquetes.

3.2.2. Estrategia 2. Promoción en ventas

Para la comercialización del producto, se identificó estrategias de mercado las cuales se explican en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 75. Estrategias de mercado

ESTRATEGIA	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Emisión de medios de publicidad	Presencia permanente en unidades de información turística y medios de comunicación	Selección del medio de comunicación: Internet Selección de información, imágenes y puntos de distribución.	Turistas en general

Realizar presentaciones y promociones directas	Presentaciones en festividades del cantón	Presentación en stands Evaluación del interés acerca de los productos y servicios ofertados Mejoramiento y/o evaluación de productos innovadores	Turistas en general
--	---	--	---------------------

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

3.3. Conveniencia

3.3.1. Estrategia 1. Plan de comercialización

Con el análisis del perfil del turista se definen canales de distribución directa e indirecta lo que contribuye a crear una imagen del producto y conseguir el posicionamiento turístico dentro de los segmentos de mercado interno y externo.

Cuadro N° 76. Plan de comercialización

Objetivo: Incrementar la demanda para el producto turístico.			
CANAL	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
DIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> Presentación y promoción del producto turístico desde las oficinas de la asociación. A los turistas 	<ul style="list-style-type: none"> Contacto directo entre actor turístico y consumidor del producto turístico. Facilitar información llamativa del producto 	<ul style="list-style-type: none"> Turistas nacionales provenientes principalmente de las ciudades de Quito, Guayaquil, Riobamba y

	<p>que lleguen al cantón.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación del producto en ferias y eventos de turismo local y nacional. 	<p>y servicios que se ofertan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponer de material publicitario. • Concretar y dar seguimiento a la venta. 	<p>Ambato.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes del nivel superior.
INDIRECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Alianzas estratégicas con agencias de viajes o tour operadoras locales y nacionales. • Alianzas interinstitucionales con entidades públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear convenios que beneficien a las partes involucradas • Elaborar acuerdos comerciales: formas de pago, comisiones, descuentos, etc. • Entregar material publicitario digital e impreso. • Participar de manera activa con los distintos organismos públicos y privados vinculados al turismo de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias y tour operadoras locales y nacionales. • Gerentes y accionistas de empresas privadas. • Autoridades de entidades públicas.

Fuente: Tierra. P. 2010. Texto básico de paquetes turísticos.

Elaborado por: Cristina Paredes, 2014.

3.4 Comunicación

3.4.1. Estrategia 1. Plan de Comunicación

La comunicación integra una serie de elementos como la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas, el patrocinio, las ferias y la venta personal. La utilización conjunta de estos elementos depende de las características del producto que se ofrece y de la población a la que se dirige.

Cuadro N° 77. Plan de comunicación

ESTRATEGIA	TÁCTICA	POLÍTICA DE FUNCIONAMIENTO	TARGET
Publicidad	<ul style="list-style-type: none">• Presencia permanente en medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none">• Entrega de material publicitario• Medios de comunicación: Internet	<ul style="list-style-type: none">• Turistas locales y nacionales.
Material pop	<ul style="list-style-type: none">• Elaboración de souvenirs.	<ul style="list-style-type: none">• Entrega de material publicitario en las diferentes festividades del cantón.	Turistas nacionales y locales.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

3.4.2. Estrategia 2. Plan de Publicidad

La publicidad constituye el método de comunicación cuyo emisor que es el municipio del cantón controla totalmente el mensaje y lo hace llegar de forma impersonal y simultáneamente a un conjunto de clientes actuales y potenciales. En este sentido se propone desarrollar el siguiente Plan de Publicidad:

Cuadro N° 78. Plan de publicidad

OBJETIVO	Posicionar el producto turístico en el mercado		
Tipo promoción	Detalle	Política funcionamiento	Target
1. MEDIOS			
Página Web	Diseño de la página web	Contacto con el cliente a través de la página web. Actualización semestral	Turistas en general
Página de facebook	Creación de la cuenta de facebook	Contacto con el cliente a través de la cuenta Revisión diaria	Turistas en general
2. PAPELERÍA			
Volantes	Impreso a full color en couché de 115 gr.	Distribución en instituciones públicas y privadas como agencias de viajes y oficinas de información turísticas.	Pobladores, turistas y personas afines de los principales mercados emisores: Quito, Guayaquil, Ambato y Riobamba.
Trípticos	Impreso a full color en couché de 115 gr.	Entregar de forma masiva en ferias y sitios de información turística	Pobladores, turistas y personas afines de los principales mercados emisores: Quito, Guayaquil, Ambato y Riobamba.
3. MATERIAL POP			
Souvenirs	Entrega al final del tour		Clientes

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

a) **Diseño de la página web**





Gráfico N° 11. Página web

b) **Diseño de la página de facebook**



Gráfico N° 12. Página de facebook

c) **Diseño del volante**



Gráfico N° 13. Volante

d) **Diseño del tríptico**


Requerimientos de la visita:

- Documentos personales
- Ropa abrigada
- Ropa impermeable
- Zapatos cómodos
- Traje de baño
- Protector solar
- Gafas
- Gorra
- Cámara fotográfica
- Filmadora


**Asociación de turismo
del cantón Chillanes**

Teléfono:
032978219 / 0998209109

Página web:
www.chillanesturismo.com




MAPA DEL SITIO




**CASCADA DE
PIEDRA BLANCA**

PAQUETES


<p>1.- Encanto natural en un solo lugar</p> <p>Duración: 2 días</p> <p>Atractivos a Visitar: Mirador de Torreloma Bosque nativo y laguna de Tiquibuzo Laguna San Juan de Azapi Bosque protector Chillanes-Bucay Cascada de piedra blanca</p> <p>Actividades: Senderismo Toma de fotografías Avistamiento de aves Observación de flora y fauna Cabalgatas Picnic Camping Canyoning Pesca deportiva</p> <div style="text-align: right; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">\$60</div>	<p>2.- Belleza paisajística entre lagunas</p> <p>Duración: 1 día</p> <p>Atractivos a Visitar: Mirador de Torreloma Bosque nativo de Tiquibuzo Laguna de Tiquibuzo Laguna San Juan de Azapi</p> <p>Actividades: Senderismo Toma de fotografías Observación de flora y fauna Cabalgatas Picnic</p> <div style="text-align: right; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">\$25</div>	<p>3.- Chillanes tesoro escondido de aventura, relax y encanto natural</p> <p>Duración: 1 día</p> <p>Atractivos a Visitar: Bosque protector Chillanes-Bucay Cascada de piedra blanca Rio del Oro</p> <p>Actividades: Senderismo Toma de fotografías Avistamiento de aves Observación de flora y fauna Picnic Camping Canyoning Pesca deportiva</p> <div style="text-align: right; border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;">\$40</div>
---	--	--




Rio El Oro




Mirador Torreloma




Cascadas Piedra Blanca




Laguna San Juan de Azapi



Bosque Protector Chillanes - Bucay



Laguna Tiquibuzo



Bosque Nativo Tiquibuzo

Gráfico N° 14. Tríptico

e) **Diseño del material pop**



Gráfico N° 15. Esfero



Gráfico N° 16. Vaso



Gráfico N° 17. Gorra

Cuadro N° 79. Presupuesto del Marketing mix

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Consumidor				
Diseño del Imagotipo	u	1	40.00	40.00
			Sub total	40.00
Costo				
Sin rubros	u	0	0.00	0.00
			Sub total	0.00
Conveniencia				
Sin rubros	u	0	0.00	0.00
			Sub total	0.00
Comunicación				
Diseño de la página web	u	1	300.00	300.00
Actualización página web	u	2	200.00	400.00
Creación de la página de facebook	u	1	0.00	0.00
Actualización de la página de facebook	u	1	0.00	0.00
Diseño de trípticos	u	1	40.00	40.00
Impresión trípticos	u	4000	0.15	600.00
Diseño de volantes	u	1	40.00	40.00
Impresión de volantes	u	4000	0.03	120.00
Compra Souvenirs	u	2.00	100	200.00
			Sub total	1700.00
			Total	1740.00

Fuente: Trabajo de campo, 2014**Elaborado por:** Cristina Paredes.

D. VIABILIDAD AMBIENTAL

1. Matriz de Lázaro Lagos

Al utilizar la matriz causa-efecto de Lázaro Lagos se puede predecir los impactos tanto positivos como negativos que se producirían por la creación de un producto turístico en el cantón Chillanes, además analizar las acciones que pueden causar impactos en los componentes agua, aire, flora, fauna, socio – económico y paisaje.

Cuadro N° 80. Matriz causa - efecto

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1. Interpretación ambiental	2. Implementación de señalética	3. Implementación de infraestructura turística	4. Mejoramiento y apertura de senderos	5. Observación de flora y fauna	6. Pesca deportiva	7. Participación en actividades productivas	8. Participación en actividades culturales	9. creación de fuentes de empleo	10. Operación turística	11. Promoción turística		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
AIRE							x	x		x		Aumento de gases contaminantes por la presencia de vehículos motorizados	(-)	1	1	I	Ac	1	1	M	N	3
SUELO	x		x	x	x		x					Compactación del suelo	(-)	2	2	C	Pr	2	2	C	S	8
		x	x	x			x	x				Contaminación por desechos inorgánicos	(-)	2	2	C	Sc	2	1	M	S	7
		x	x	x					x	x	x	Mejoramiento de vías de acceso para los atractivos	(+)	2	3	D	Pr	2	2	C	S	10
AGUA								x		x		Incremento del consumo de agua en establecimientos turísticos	(-)	2	2	I	Ac	2	2	M	N	8
			x							x		Incremento en la generación de aguas servidas	(-)	1	2	I	Ac	2	1	M	N	5
	x			x						x	x	Conservación de fuentes de agua	(+)	3	3	D	Pr	1	3	L	S	13
FLORA Y FAUNA		x	x	x	x	X	x			x		Extracción y tráfico de especies	(-)	1	3	I	Sc	2	1	M	S	6
		x	x	x	x	X	x			x		Perturbación de especies por ruido	(-)	1	1	D	Sc	1	1	C	S	3
			x	x	x							Fragmentación del hábitat de la fauna	(-)	1	1	I	Sc	2	3	M	N	6
SOCIO ECONÓMICO	x	x						x		x	x	Concientización sobre la importancia de mantener la identidad cultural	(+)	3	3	D	Pr	1	2	L	S	12
	x	x			x					x	x	Concientización sobre la importancia de conservar la flora y fauna	(+)	3	3	D	Pr	1	2	L	S	12
	x	x		x					x	x	x	Concientización para el cuidado de escenarios en los pobladores	(+)	2	3	D	Pr	1	2	L	S	9
	x						x	x	x	x		Intercambio cultural	(+)	1	1	I	Sc	1	1	C	S	3
PAISAJE	x	x		x					x	x	x	Conservación de escenarios	(+)	3	2	D	Pr	1	2	M	S	9
		x	x	x			x	x		x		Alteración del paisaje por desechos inorgánicos	(-)	1	2	D	Sc	1	2	C	S	5
	x	x	x	x			x	x		x	x	Diversificación del potencial turístico	(+)	2	3	C	Pr	2	2	L	S	10

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 81. Matriz de cuantificación de impactos ambientales

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL (+)	TOTAL (-)	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
AIRE							-3	-3		-3		0	-9	-9
SUELO	-8	-7+10	-8-7+10	-8-7+10	-8		-8-7	-7	+10	+10	+10	60	-75	-15
AGUA	+13		+13	+13			-8-5	-8		-8-5+13	+13	52	-39	+13
FLORA Y FAUNA		-6-3	-6-3-6	-6-3-6	-6-3-6	-6-3	-6-3			-6-3		0	-81	-81
SOCIO ECONÓMICO	+12+12+9 +3	+12+12 +9		+9	+12		+3	+12+3	+9+3	+12+12 +9+3	+12+12+9	189	0	+189
PAISAJE	+9+10	+9-5+10	-5+10	+9-5+10			-5+10	-5+10	+9	+9-5+10	+9+10	134	-30	+104
TOTAL (+)	68	62	20	51	12	0	13	25	31	78	75	435		
TOTAL (-)	8	-21		-35	-23	-9	-45	-23	0	-30	0		234	
TOTAL	60	41		16	-11	-9	-32	2	31	48	75			201

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

a. Análisis de la Matriz de Lázaro Lagos

Al haber identificado que los impactos positivos son mayores que los negativos, se puede determinar que la creación de un producto turístico en el cantón Chillanes producirá impactos ambientales de bajo nivel, ya que las actividades a realizarse están dentro de un aprovechamiento responsable de los recursos.

En términos generales los resultados de la matriz son positivos arrojando un valor de 435 frente a la variable negativa que es de 234.

Sin embargo con la implementación del producto turístico los componentes que resultan más afectados por impactos negativos son flora y fauna y suelo, especialmente por la participación en actividades productivas y la implementación de infraestructuras. En los componentes aire y agua la incidencia de impactos es mínima pero no se los puede descuidar al momento del desarrollo de la actividad turística ya que si no consideramos su conservación el impacto podría pasar de mínimo a alto.

b. Acciones para reducir impactos

Cuadro N° 82. Acciones para reducir impactos

FLORA	FAUNA	SUELO	AIRE
<ul style="list-style-type: none">• Reforestación• Señalética restrictiva	<ul style="list-style-type: none">• Charlas informativas acerca del cuidado y la importancia de las diferentes especies existentes en los sitios de visita• Monitoreo frecuente para verificar el estado de conservación de las especies.	<ul style="list-style-type: none">• Estudio de impacto ambiental para el diseño de senderos• Señalética restrictiva y orientativa	<ul style="list-style-type: none">• Interpretación ambiental

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

E. VIABILIDAD LEGAL, ADMINISTRATIVA

1. Estudio legal

a. Constitución Política del Ecuador

Se toma como referencia los siguientes artículos de la Constitución de la República del Ecuador aprobada el 28 de Septiembre del 2008:

Art. 3. Son deberes primordiales del estado:

- Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
- Proteger el patrimonio natural y cultural del país.
- Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Art. 14. Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumakkawsay. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la preservación del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

Art. 24. Las personas tienen el derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 52. Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 56. Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afro ecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado Ecuatoriano, únicamente e indivisible.

Art. 71. La naturaleza o Pacha Mama, donde se reproduce y realiza la vida, tiene derecho a que se respete integralmente su existencia y el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos. Toda persona, comunidad, pueblo o nacionalidad podrá exigir a la autoridad pública el cumplimiento de los derechos de la naturaleza. Para aplicar e interpretar estos derechos se observaran los principios establecidos en la Constitución, en lo que proceda. El Estado incentivará a las personas naturales y jurídicas, y a los colectivos, para que protejan la naturaleza, y promoverá el respeto a todos los elementos que forman un ecosistema.

Art. 74. Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir. Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

Art. 276. El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

- Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución.
- Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.

- Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
- Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 283. El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales queposibiliten el buen vivir.

Art. 319. Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

Art.339. El Estado promoverá las inversiones nacionales y extranjeras, y establecerá regulaciones específicas de acuerdo a sus tipos, otorgando prioridad a la inversión nacional. Las inversiones se orientarán con criterios de diversificación productiva, innovación tecnológica, y generación de equilibrios regionales y sectoriales.

Art.383. Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Art. 400. El Estado ejercerá la soberanía sobre la biodiversidad, cuya administración y gestión se realizará con responsabilidad intergeneracional. Se declara de interés público la conservación de la biodiversidad y todos sus componentes, en particular la biodiversidad agrícola y silvestre y el patrimonio genético del país.

Art. 404. El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción.

Art. 405. El sistema nacional de áreas protegidas garantizará la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas.

Art.406. El Estado regulará la conservación, manejo y uso sustentable, recuperación, y limitaciones de dominio de los ecosistemas frágiles y amenazados; entre otros, los páramos, humedales, bosques nublados, bosques tropicales secos y húmedos y manglares, ecosistemas marinos y marinos-costeros.

b. Ley de turismo del Ecuador

Art. 2. Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

Art. 3. Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas.
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad,

protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4. La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- Proteger al turista y fomentar la conciencia turística.
- Proporcionar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.

Art. 5. Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una más de las siguientes actividades:

- Alojamiento
- Servicio de alimentos y bebidas
- Transportación, cuando se dedica principalmente; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del alojamiento.
- La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones.

Art. 8. Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

El registro de turismo se lo deberá hacer en el Ministerio de Turismo por una sola vez en la oficina regional correspondiente o en su oficina nacional. Los requisitos para el registro son:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que se demuestre la personería jurídica de la asociación.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionario.
- Acta de asamblea general de la asociación en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de sus integrantes presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la parroquia hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia certificada del Registro Único de Contribuyentes, de la personería jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).

Art. 10. El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley.
- Dar publicidad a su categoría.
- Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento.
- Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra, y
- No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban der solicitadas y emitidas.

c. Reglamento General da Actividades Turísticas del Ecuador

En el Título IV del reglamento, se habla de la obligación de registro y de la obtención de la licencia anual de funcionamiento:

Art. 141. Obligación de registro y licencia. Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley en el presente reglamento, deberán registrase como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

Art. 142. Solicitud de registro. Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;

- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud; y,
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si ésta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

Art. 147. Pago por una sola vez. El valor por concepto de certificado de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga el tipo y la actividad principal. En caso de cambio de la actividad, se pagará un nuevo registro como si se tratara de la primera vez. Si un establecimiento debidamente registrado en el Ministerio de Turismo se traspasa o arrienda, el titular del establecimiento tendrá la obligación de informar al Ministerio de Turismo dentro de treinta días de efectuada la transferencia o arrendamiento, y el nuevo propietario o arrendatario presentará los documentos que le acrediten como tal; en caso contrario, pagará un nuevo registro como si se tratara de la primera vez.

Art. 148. Valor a pagarse por registro. El valor de registro será una cantidad igual a la que corresponda por Licencia Anual de Funcionamiento, calculada ésta para todo el año calendario.

Art. 149. Licencia anual de funcionamiento. La licencia anual de funcionamiento constituye la autorización legal otorgada por el Ministerio de Turismo a los establecimientos o empresas turísticas dedicadas a actividades y servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá validez durante el año en que se la otorgue y los sesenta primeros días del año siguiente.

Cuando se trate de empresas cuyas operaciones no se inicien en los primeros treinta días de cada año, el pago por Licencia de Funcionamiento será por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

Art. 151. Facultad de realizar inspecciones. El Ministerio de Turismo tiene plena facultad para en cualquier día y hora realizar, sin notificación previa, inspecciones a las empresas y establecimientos turísticos, para constatar si cumplen con todas y cada una de las condiciones y obligaciones estipuladas en la clasificación que se le otorgó. En la inspección se comprobará la información que requiere el Ministerio de Turismo y que constará en los formularios y documentos que se elaboren. El acto de inspección se lo ejecutará con la sola presentación del documento que acredite que la persona es funcionario o empleado de la institución y con la orden que al respecto dicte el Ministro de Turismo.

El funcionario o empleado en el acto de inspección guardará el respeto al derecho de la persona y propiedad ajena y será responsable de la veracidad de los datos que consigne en su informe.

La inspección deberá realizarse con la presencia del propietario o Administrador de la empresa inspeccionada.

Los propietarios, administradores, representantes legales o la persona que al momento de la inspección aparezca como la Administradora o Directora, están en la obligación de aceptar la intervención del Ministerio de Turismo y brindar todas las facilidades y la información requerida para que se cumpla con lo dispuesto en el presente artículo.

d. Ley de régimen tributario interno

Art. 1. Objeto del impuesto.- Establéese el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 2. Concepto de renta.- Para efectos de este impuesto se considera renta:

Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito o a título oneroso provenientes del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios.

Art. 8. Ingresos de fuente ecuatoriana.- Se considerarán de fuente ecuatoriana los siguientes ingresos:

Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales, industriales, agropecuarias, mineras, de servicios y otras de carácter económico realizadas en territorio ecuatoriano, salvo los percibidos por personas naturales no residentes en el país por servicios ocasionales prestados en el Ecuador, cuando su remuneración u honorarios son pagados por sociedades extranjeras y forman parte de los ingresos percibidos por ésta, sujetos a retención en la fuente o exentos; o cuando han sido pagados en el exterior por dichas sociedades extranjeras sin cargo al gasto de sociedades constituidas, domiciliadas o con establecimiento permanente en el Ecuador.

Art. 9.1. Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

Art. 10. Deducciones.- En general, con el propósito de determinar la base imponible sujeta a este impuesto se deducirán los gastos que se efectúen con el propósito de obtener, mantener y mejorar los ingresos de fuente ecuatoriana que no estén exentos:

Los gastos de viaje y estadía necesarios para la generación del ingreso, que se encuentren debidamente sustentados en comprobantes de venta que cumplan los requisitos establecidos en el reglamento correspondiente. No podrán exceder del tres por ciento (3%) del ingreso gravado del ejercicio; y, en el caso de sociedades nuevas, la deducción será aplicada por la totalidad de estos gastos durante los dos primeros años de operaciones.

Art. 19. Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.

e. Reglamento a la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria

Según el Capítulo III, detalla la Estructura Interna de las Organizaciones del Sector Asociativo.

Art. 18. Órgano de gobierno.- El órgano de gobierno de las asociaciones EPS estará integrado por todos los asociados, quienes se reunirán ordinariamente cuando menos, una vez al año y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario. Sus decisiones serán obligatorias, para los órganos directivos, de control, administrador y la totalidad de sus integrantes.

Art. 19. Órgano directivo.- El órgano directivo de las asociaciones EPS, será electo por el órgano de gobierno y estará integrado por un mínimo de tres y máximo de cinco asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 20. Órgano de control.- Los integrantes del órgano de control de las asociaciones EPS, serán elegidos por el órgano de gobierno, en un número no mayor de tres asociados, quienes se reunirán, ordinariamente, cuando menos, una vez cada trimestre y, extraordinariamente, cuantas veces sea necesario, previa convocatoria efectuada por el Presidente de dicho órgano, señalando el orden del día a tratarse.

Art. 21. Control interno.- El control interno de las asociaciones EPS, además del efectuado por su propio órgano de control, será ejercido por la Auditoría Interna cuando sea procedente de acuerdo a lo previsto en el presente reglamento y conforme lo determinado, para el efecto, en las cooperativas.

Art. 22. Administrador.- El Administrador, bajo cualquier denominación, será elegido por el órgano de gobierno y será el representante legal de la asociación EPS. Será responsable de cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emanadas de los órganos de gobierno, directivo y de control de la asociación EPS.

El Administrador deberá presentar un informe administrativo y los estados financieros semestrales para consideración de los órganos de gobierno y control. El Administrador de la Asociación EPS está obligado a entregar a los asociados en cualquier momento la información que esté a su cargo y que se le requiera.

Art. 23. Funcionamiento.- El número de vocales y el período de duración de los órganos directivos y de control, así como sus atribuciones y deberes al igual que las funciones del administrador constarán en el estatuto social de la asociación.

f. Análisis de la Ley de economía popular y solidaria

Art. 1. Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

1) Formas de organización de la economía popular y solidaria

Art.-2. Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes: Las unidas Socioeconómicas Populares, tales como, los emprendimientos unipersonales, familiares, vecinales, las micro unidades productivas, los trabajadores a domicilio, los comerciantes minoristas, los talleres y pequeños negocios, entre otros, dedicados a la producción de bienes y servicios destinados al autoconsumo o a su venta en el mercado, con el fin de, mediante el autoempleo, generar ingresos para su auto subsistencia;.

Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otros, que constituyen el sector comunitario;

Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes , con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como: microempresas

asociativas, asociaciones de producción de bienes o servicios, entre otras, que constituyen el sector asociativo.

Las organizaciones cooperativas de todas las clases y actividades económicas, que constituyen el sector cooperativista;

Los organismos de integración constituidos por las formas de organización económicas detalladas en el presente artículo.

Las fundaciones y corporaciones civiles que tengan como objetivo social y principal, la promoción, asesoramiento, capacitación, asistencia técnica o financiera de las Formas de Organización de los Sectores Comunitario, Asociativo y Cooperativista.

2) Características

Art.- 3. Las formas de organización de la economía popular y solidaria se caracterizan por:

- La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;
- Su compromiso con la comunidad el desarrollo territorial y la naturaleza
- La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros.
- La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros.
- La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad.
- La prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales, y de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

3) Valores

Art. 4. Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda

mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético. Por lo tanto según el art. 8 de la Ley de Economía Popular y Solidaria quedan sometidas a la presente ley, las formas de organización de la economía popular y solidaria y las públicas y privadas, que tengan entre sus finalidades, fomentar, promover, proteger, regular, acompañar y supervisar las actividades económicas desarrolladas por dichas organizaciones.

f. COOTAD

Artículo 55.- Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado municipal.

Los gobiernos autónomos descentralizados municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

- 1) Planificar, junto con otras instituciones del sector público y actores de la sociedad, el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad;
- 2) Ejercer el control sobre el uso y ocupación del suelo en el cantón;
- 3) Planificar, construir y mantener la vialidad urbana;
- 4) Prestar los servicios públicos de agua potable, alcantarillado, depuración de aguas residuales, manejo de desechos sólidos, actividades de saneamiento ambiental y aquellos que establezca la ley;
- 5) Crear, modificar, exonerar o suprimir mediante ordenanzas, tasas, tarifas y contribuciones especiales de mejoras;
- 6) Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte terrestre dentro de su circunscripción cantonal;

- 7) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;
- 8) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;
- 9) Elaborar y administrar los catastros inmobiliarios urbanos y rurales;
- 10) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley; k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas; l) Regular, autorizar y controlar la explotación de materiales áridos y pétreos, que se encuentren en los lechos de los ríos, lagos, playas de mar y canteras;
- 11) Gestionar los servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios; y,
- 12) Gestionar la cooperación internacional para el cumplimiento de sus competencias.

Artículo 331. Prohibiciones a los ejecutivos de los gobiernos autónomos descentralizados.

Está prohibido al ejecutivo de los gobiernos autónomos descentralizados:

- 1) Arrogarse atribuciones que la Constitución o la ley no le confieran;
- 2) Ejercer su profesión o desempeñar otro cargo público, aun cuando no fuere remunerado, excepto la cátedra universitaria, con excepción de los ejecutivos de los gobiernos parroquiales rurales;
- 3) Dedicarse a ocupaciones incompatibles con sus funciones o que le obliguen a descuidar sus deberes y obligaciones con el gobierno autónomo descentralizado;
- 4) Disponer acciones administrativas que vayan contra la realización de planes y programas aprobados por los órganos legislativos de los respectivos gobiernos o que atenten claramente contra la política y las metas fijadas por éstos;
- 5) Otorgar nombramientos o suscribir contratos individuales o colectivos de trabajo, de servidores de los respectivos gobiernos, sin contar con los recursos y respectivas partidas

presupuestarias para el pago de las remuneraciones de ley y sin observar lo dispuesto en la Constitución y las leyes que regulan al sector público;

6) Prestar o hacer que se dé en préstamo: fondos, materiales, herramientas, maquinarias o cualquier otro bien de propiedad de los gobiernos autónomos descentralizados para beneficio privado o distraerlos bajo cualquier pretexto de los específicos destinos del servicio público, exceptuándose en caso de emergencia;

7) Disponer o autorizar el trabajo de servidores o trabajadores para otros fines que no sean los estrictamente institucionales;

8) Dejar de actuar sin permiso del respectivo órgano de legislación, salvo en caso de enfermedad;

9) Adquirir compromisos en contravención de lo dispuesto por el correspondiente órgano de legislación, cuando la decisión sobre éstos les corresponda;

10) Absolver posiciones, deferir el juramento decisorio, allanarse a la demanda o desistir de una planteada, y aceptar conciliaciones conforme a la ley sin previa autorización del órgano de legislación;

11) Todo cuanto le está prohibido al órgano normativo y a sus miembros, siempre y cuando tenga aplicación; y,

12) Asignar cargos y contratos a parientes que se encuentren dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad, aún a través de interpuesta persona o a través de personas jurídicas de conformidad con la ley. Las mismas prohibiciones serán aplicables a quienes ejerzan estas funciones en reemplazo del ejecutivo del gobierno autónomo descentralizado.

g. Figura legal

Dentro del cantón Chillanes, existe un gran interés por desarrollar la actividad turística, por lo que es necesario la implementación y creación de una organización turística con la cual se pueda sustentar la validez de la misma. Una unidad de economía popular y solidaria es la figura que los miembros de la Asociación de Turismo del cantón Chillanes necesitan para poder emprender en dicho proyecto. Así mismo serán ellos quienes se encarguen de realizar todas las gestiones pertinentes.

Bajo esta denominación, la empresa se registrará al reglamento de la Ley de Economía Popular y Solidaria, lo cual garantiza tanto a los turistas como a los operadores una participación justa, equitativa y sostenible para poder ejercer en la práctica un turismo responsable.

1. Misión

Trabajar con responsabilidad para prestar servicios de calidad en el cantón Chillanes enmarcados en el desarrollo del turismo sostenible, la conservación de recursos y el impulso para el desarrollo económico y social; y de esta manera generar una experiencia inolvidable en la ejecución del producto turístico.

2. Visión

Consolidar y posicionar el producto turístico natural en el mercado interno y externo como una nueva alternativa económica y sustentable, altamente competitiva y de calidad, a través del mejoramiento en la calidad de vida de la población y el manejo sostenible de los recursos.

3. Principios

- **Participación**

Para incursionar en la actividad turística se requiere de la participación activa de la gente local de manera conjunta con los organismos y empresas de los sectores, público y privado desarrollando capacidades locales y fomentando el liderazgo comunitario para una buena gestión turística.

- **Competitividad**

Se debe ofertar y promocionar productos de calidad mediante la diversificación de servicios y actividades turísticas.

- **Creatividad**

La capacidad de crear e innovar permite fomentar el turismo de manera competitiva para permitir la consolidación de los productos turísticos como nuevos destinos de calidad en el mercado interno y externo.

- **Respeto**

Para el desarrollo del turismo sostenible se debe considerar como parte fundamental el cuidado y respeto hacia los recursos naturales, culturales y biológicos a través del uso racional de los mismos.

- **Equidad**

La participación activa de quienes prestan servicios turísticos contribuirá para la distribución equitativa de los recursos económicos generados por la actividad turística del sector.

- **Interculturalidad**

Al considerar que el Ecuador es un país multiétnico y pluricultural es necesario fomentar el respeto y la convivencia armónica entre pueblos y nacionalidades para distribuir equitativamente los beneficios que trae consigo el turismo.

- **Responsabilidad**

Al trabajar con recursos naturales, culturales y biológicos debe existir un compromiso para participar activamente en la conservación y cuidado de estos elementos básicos para desarrollar la actividad turística.

- **Productividad**

El trabajo activo y de manera conjunta entre todos los actores de la actividad turística genera productos innovadores con altos estándares de calidad convirtiéndose en nuevos destinos turísticos con alto potencial.

2) Requisitos para la creación y funcionamiento de la empresa

a. Requisitos para constituir una asociación de economía popular y solidaria

Según el art.6 del reglamento de la ley de economía popular y solidaria las asociaciones EPS, por su parte presentarán los siguientes documentos:

- Solicitud de constitución - Reserva de denominación
- Acta constitutiva, suscrita por un mínimo de diez asociados fundadores;
- Lista de fundadores incluyendo, nombres, apellidos, ocupación, número de cédula, aporte inicial y firma;
- Certificación emitida por el secretario de la organización, que acredite la legalidad de la Asamblea Constitutiva, así como la aprobación de constitución de la asociación, la designación del director provisional y la denominación.

- Estatuto social, en dos ejemplares; y,
- Certificado de depósito del aporte del capital social inicial, por el monto fijado por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social, que corresponde a la suma de 3 remuneraciones básicas unificadas que son \$ 1020,00 efectuado preferentemente, en una cooperativa de ahorro y crédito.

3) Requisitos para el funcionamiento

Todas las personas naturales y jurídicas que ejerzan la actividad turística deben cumplir con dos requisitos obligatorios para el ejercicio profesional.

- Obtener el registro de turismo, la cual es emitida por el Ministerio de Turismo, que es la certificación de que la actividad se realiza en las normas enmarcadas en la normativa turística.
- Obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento que emite el Ministerio de Turismo, o las municipalidades descentralizadas, la cual debe ser renovada cada año.

a. Requisitos para obtener el registro de turismo

- Ser una comunidad legalmente reconocida por la Secretaría de los Pueblos y Nacionalidades.
- Ser una comunidad en proceso de legalización como CTC ante el MINTUR.

Por lo que se deberán presentar los siguientes requisitos para personas naturales por ser el caso:

- Solicitud de registro dirigida al Ministerio de Turismo en el que se indicará el o los servicios turísticos a prestar.
- Documento que demuestre la personería jurídica de la comunidad.
- Nombramiento que acredite la representación del peticionante.

- Acta de asamblea general de la comunidad en la que conste que ha decidido registrarse en el Ministerio de Turismo, con la firma de los miembros presentes.
- Documentos que demuestren que los responsables de los servicios a prestarse por la comunidad hayan recibido capacitación y/o formación profesional sobre turismo por un mínimo de 40 horas. Adicionalmente es necesario que el CTC entregue al Ministerio de Turismo un documento de estructura orgánica del Centro de Turismo Comunitario.
- Copia del registro único de contribuyentes, de la persona jurídica solicitante, en la que conste, como uno de sus objetivos la prestación de servicios turísticos.
- Informe técnico que justifique la calidad comunitaria de la iniciativa que solicita el registro, expedido por la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana.
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil (formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (Firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados).
- Valor de registro \$ 94,40 dólares

b. Requisitos para obtener la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)

- Solicitud dirigida al Señor Alcalde.
- Certificado del registro concedido por el Ministerio de Turismo para establecimientos nuevos o de los existentes si fuere requerido.
- Copia del R.U.C.(Registro Único de Contribuyentes)
- Comprobantes de pago de los impuestos municipales:
- Patente,
- Activos Totales,
- Cuerpo de Bomberos, y.
- L.U.A.F.(Licencia Única Anual de Funcionamiento)
- Formulario N° 2 para Permiso de funcionamiento excepto para agencias de viaje y renta car.

- Formulario N° 3 para trámite de Licencia Anual de Funcionamiento
- Especie Valorada para Permiso de Funcionamiento Jefatura de Higiene, excepto agencia de viaje y renta a car.
- Especie valorada para la licencia anual de funcionamiento.
- Copia a color de la Cédula de identidad y certificado de votación del Representante Legal del establecimiento.
- Permiso de funcionamiento del Permiso de Bomberos.
- Lista de Precios impresa y actualizada.
- Agencias de viaje y Renta car, se requiere copias actualizadas de la constitución de la compañía y del acta de nombramiento del gerente o representante legal de la.
- Bares, Discotecas y Salones de Recepciones y Banquetes LICENCIA AMBIENTAL
- El costo es igual al del registro de turismo \$ 94,40

2. **Estudio administrativo**

Para manejar eficazmente el producto turístico, la entidad a cargo debe entender claramente la estructura organizacional y tomar en cuenta que para cada puesto debe existir una persona capacitada y que este al nivel de la función que desempeñe. Por esta razón se sugiere el siguiente nivel organizacional para el buen manejo del producto turístico.

a. **Nivel organizacional**

La estructura organizacional del proyecto opera en tres niveles definidos:

- **Nivel Directivo:** está conformado por los socios de la comunidad.
- **Nivel Ejecutivo:** integrado por la gerencia.
- **Nivel Operativo:** integrado por los departamentos: comercial y de producción, administrativo y financiero

1. Organigrama estructural

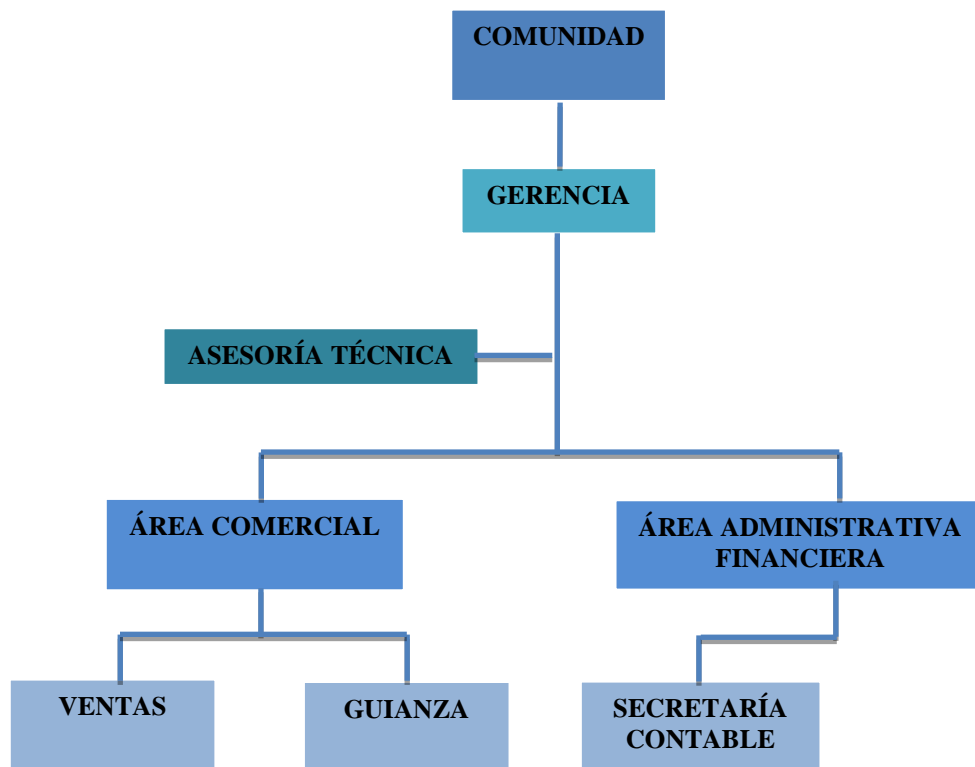


Gráfico N° 18.Organigrama estructural

2. Organigrama funcional

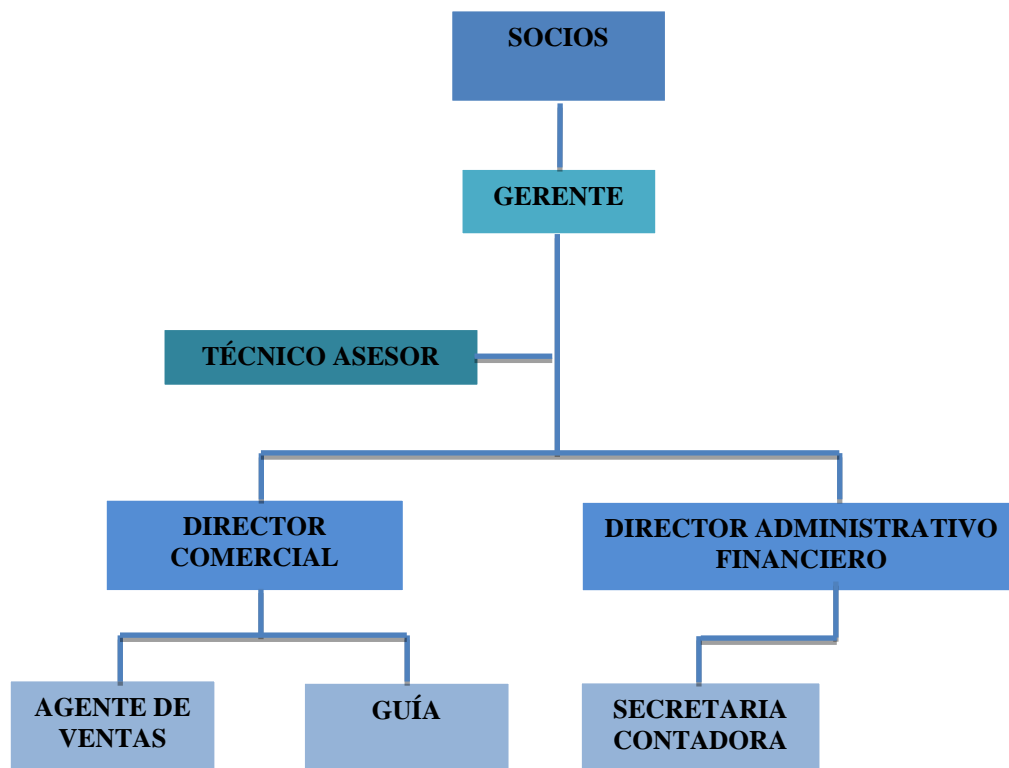


Gráfico N° 19.Organigrama funcional

b. Talento humano del área administrativa

1) Cargos y funciones del área administrativa

Cuadro N°83. Cargos y funciones del área administrativa

CARGOS	FUNCIONES
Gerente	Lleva la dirección general de la empresa, es responsable del buen funcionamiento, desarrollo y productividad de la misma.
Técnico – asesor	Colabora con información, capacitación y gestión para el buen desempeño de las distintas áreas encargadas del desarrollo de las actividades turísticas en el cantón
Director comercial y de producción	Planifica, coordina y supervisa las actividades de promoción y venta de los servicios ofertados por la empresa. Encargado del diseño, planificación y coordinación de la operación de los productos turísticos que la empresa brinda tanto a nivel nacional e internacional.
Agente de ventas	Comercializa servicios y actividades establecidos en productos turísticos.
Guía	Informa, orienta, recrea, anima y conduce a los turistas en las áreas destinadas para la ejecución de actividades turísticas.
Director administrativo – financiero	Encargado del manejo y control financiero entorno a la actividad que desempeña la empresa. Además es encargado de la gestión y organización del personal de la agencia, en pos de mejorar la calidad del ambiente laboral y de los servicios.
Secretaria contadora	Revisa, informa, y procesa, informes, documentos legales y transacciones contables de las distintas actividades de la compañía.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

c) **Manual de funciones**

El propósito primordial del manual de funciones, es de recurrir al mismo como una herramienta para que el personal tenga en claro los objetivos, funciones y responsabilidades de los puestos de trabajo asignados.

Para ello se determinó las funciones para el gerente, técnico asesor, director comercial y de producción, agentes vendedor, guía, director administrativo – financiero, secretaria-contadora, que es el personal que pondrá en marcha la compañía para la difusión y ejecución de los paquetes turísticos.

1. Gerencia

1.1. Gerente

Cuadro N° 84. Funciones del gerente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Gerente		
Nivel de reporte inmediato		Socios		
Subrogación		En caso de ausencia será reemplazado por la persona que designen los socios		
Misión del cargo				
Gestionar, supervisar, organizar y representar legalmente a la empresa.				
Colaboradores Directos		Contactos internos	Contactos externos	
- GAD Cantonal		- Asesor - Trabajadores del área comercial y del área productiva.	- UMATA - Propietarios de establecimientos para prestación de servicios turísticos.	
	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia

PERFIL	Preferentemente título profesional de tercer o cuarto nivel en Turismo.	Ser elegido por la mayoría de miembros de la asociación. Tener conocimientos básicos de:	Inglés básico o intermedio	Mínimo un año en funciones similares.
	Estudios en economía, administración de empresas y legislación.	<ul style="list-style-type: none"> - Legislación turística y ambiental, - Planificación y ejecución de proyectos turísticos - Contabilidad y administración - Informática básica - Marketing 		
Responsabilidad del Cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Representar legalmente a la asociación - Analizar y tomar decisiones - Convocar y presidir reuniones de la directiva - Controlar actividades - Cumplir y hacer cumplir leyes normas y estatutos de la asociación - Coordinar, planificar y colaborar con las distintas áreas para la ejecución de productos turísticos. - Solicitar informes económicos y financieros a la secretaria contadora - Gestionar alianzas estratégicas de comercialización con entidades públicas y privadas - Solicitar informes mensuales a los coordinadores de las distintas áreas sobre el desempeño de sus funciones - Formular políticas para el desarrollo de las actividades turísticas. - Negociar y contratar los servicios de prestadores de servicio. 				
Indicadores de Medición				

Indicador de la Asociación		Indicador de Proceso	
Responsabilidad para tomar decisiones económicas. Dinámico e innovador, gran poder de convencimiento.		Responsabilidad para el cumplimiento de políticas y objetivos de trabajo	
Condiciones de trabajo			
Desarrollo de funciones dentro y fuera del área de trabajo para gestiones turísticas dentro y fuera del cantón.			
Perfil de competencias			
1. Compromiso			
Atributo		Nivel Requerido	
Profesionalismo		Demostrar capacidad, conocimiento y experiencia para el desarrollo eficiente del turismo, actuando como gestor y capacitador del personal.	
Responsabilidad		Efectuar eficientemente las funciones encomendadas.	
2. Trabajo en Equipo			
Atributo		Nivel Requerido	
Sinergia		Establecer lazos de compañerismo entre los miembros del equipo de trabajo para el desarrollo y éxito las actividades	
Cooperación		Colaborar participar y tomar decisiones de manera activa y conjunta con los coordinadores de las distintas áreas de trabajo.	
3. Integridad			
Atributo		Nivel Requerido	
Respeto		Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la compañía	
Ética		Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en los miembros de la asociación	
4. Orientación a la oferta y demanda			
Atributo		Nivel Requerido	

Gestión efectiva	Fomentar el desarrollo turístico y establecer metas garantizando la seguridad del turista, calidad en la prestación de servicios y rentabilidad socio – económica.
Satisfacción de necesidades	Analizar, entender y trabajar de forma activa en el proceso productivo para satisfacer las necesidades de los turistas.
5. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel Requerido
Rendimiento	Definir indicadores de medición para monitorear periódicamente el rendimiento profesional en el desarrollo de actividades para conseguir de manera exitosa los resultados esperados
Cumplimiento de metas	Establecer objetivos que puedan ser cumplidos en lapsos de tiempo predeterminados que conlleven a un buen desarrollo de la actividad turística en la parroquia y fortalecer el profesionalismo en los miembros de la asociación y personal de trabajo.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

1.2. Técnico-asesor

Cuadro N° 85. Funciones del técnico-asesor

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del puesto	Técnico asesor
Nivel de reporte inmediato	Gerente
Misión del cargo	
Colaborar con información, capacitación y gestión para el buen desempeño de las distintas áreas encargadas del desarrollo de las actividades turísticas en el cantón	
Colaboradores Directos	

<ul style="list-style-type: none">- Gerente- Trabajadores del área comercial y técnica- Propietarios de establecimientos para prestación de servicios turísticos- GAD Cantonal- UMATA		
PERFIL	Formación académica	Nivel de experiencia
	Poseer título de tercer o cuarto nivel en cualquier área de especialización	Mínimo 3 años en su área de especialización
Responsabilidad del Cargo		
<ul style="list-style-type: none">- Al tratarse de un nivel de asesoría los técnicos pueden pertenecer a distintas áreas de especialización como administración, legislación, turismo, medio ambiente, etc.- Entregar información veraz y actualizada- Colaborar para la gestión de proyectos que beneficien el desarrollo de la asociación y la actividad turística del sector- Brindar capacitaciones y asesoría técnica a miembros de la asociación y población en general- Coordinar y trabajar de manera conjunta con entidades públicas (Ministerios) y privadas para el desarrollo de la asociación y la obtención de recursos económicos- Entregar informes de trabajo y resultados- Colaborar con actividades que le sean encomendadas por la compañía.		
Perfil de competencias		
1. Compromiso		
Atributo	Nivel Requerido	
Profesionalismo	Demostrar capacidad, conocimiento, y solvencia para el desarrollo eficiente de su trabajo	
Responsabilidad	Efectuar eficientemente las funciones encomendadas	
2. Trabajo en Equipo		
Atributo	Nivel Requerido	
Sinergia	Establecer lazos de compañerismo entre los miembros del equipo de trabajo para el desarrollo y éxito de las actividades a desarrollar	

Cooperación	Trabajar, participar y tomar decisiones de manera activa y conjunta con la directiva y trabajadores del área comercial y técnica, financiera.
3. Integridad	
Atributo	Nivel Requerido
Respeto	Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la compañía.
Ética	Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en el desarrollo de actividades.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

2. Departamento comercial y de producción

2.1. Director comercial y de producción

Cuadro N° 86. Funciones del director comercial y de producción

DATOS DE IDENTIFICACIÓN		
Título del puesto	Director comercial	
Nivel de reporte inmediato	Gerente	
Subrogación	En caso de ausencia será remplazado por la persona designada por los socios.	
Misión del cargo		
Seguimiento de los planes de formación de todo el personal del departamento comercial		
Establecimiento de la política de retribución e incentivos del personal de ventas.		
Colaboradores Directos	Contactos internos	Contactos externos

<ul style="list-style-type: none"> - GAD Cantonal - GAD Provincial 		<ul style="list-style-type: none"> - Asesor - Gerente - Trabajadores del área comercial y del área productiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - UMATA - Propietarios de establecimientos para prestación de servicios turísticos 	
PERFIL	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
	<p>Preferentemente título profesional de tercer o cuarto nivel en Turismo.</p> <p>Estudios en economía, administración de empresas y legislación.</p>	<p>Ser elegido por la mayoría de miembros de la asociación</p> <p>Tener conocimientos básicos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Legislación turística y ambiental, - Planificación y ejecución de proyectos turísticos - Contabilidad y administración - Informática básica 	Inglés básico	<p>Mínimo 1 año en funciones similares.</p> <p>De ser miembro fundador; no se necesita nivel de experiencia</p>
Responsabilidad del Cargo				
<ul style="list-style-type: none"> - Reemplazar al presidente en caso de ausencia temporal o renuncia. - Asistir cumplidamente a las sesiones de la directiva. - Promover y cumplir las leyes, reglamentos y estatutos de la asociación. - Gestionar alianzas estratégicas de comercialización con entidades públicas y privadas. - Mantener una relación cordial con subalternos. - Procurar el fortalecimiento de la asociación. - Elaborar criterios de evaluación e indicadores de medición, mismo que servirán para evaluar la calidad y mejoras en la prestación de servicios turísticos en la parroquia, a través de visitas periódicas a los establecimientos aliados. 				

Indicadores de medición	
Indicador de la Asociación	Indicador de Proceso
Responsabilidad para tomar decisiones económicas, comerciales y administrativas. Ser dinámico e innovador y con gran poder de convencimiento.	Responsabilidad para el cargo, liderazgo. Compromiso e ingenio. Velar por el cumplimiento de los objetivos del departamento.
Condiciones de trabajo	
Desarrollará sus labores dentro de en un ambiente agradable, acogedor, ordenado, equipado e iluminado, su desempeño es directamente con los agentes vendedores para mantenerse.	
Perfil de competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel Requerido
Profesionalismo	Demostrar capacidad, conocimiento y experiencia para el turismo actuando como gestor y capacitador del personal.
Responsabilidad	Efectuar eficientemente las funciones encomendadas
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel Requerido
Sinergia	Establecer lazos de compañerismo entre los miembros del equipo de trabajo para el desarrollo y éxito las actividades
Cooperación	Colaborar participar y tomar decisiones de manera activa y conjunta con los coordinadores de las distintas áreas de trabajo.
3. Integridad	
Atributo	Nivel Requerido
Respeto	Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la asociación.
Ética	Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en los miembros de la asociación
4. Orientación a la oferta y demanda	
Atributo	Nivel Requerido

Gestión efectiva	Fomentar el desarrollo turístico y establecer metas garantizando la seguridad del turista, calidad en la prestación
Satisfacción de necesidades	Analizar, entender y trabajar de forma activa en el proceso productivo para satisfacer las necesidades de los turistas
5. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel Requerido
Rendimiento	Definir indicadores de medición para monitorear periódicamente el rendimiento profesional en el desarrollo de actividades para conseguir de manera exitosa los resultados esperados
6. Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Estimular el autoestima de colaboradores	Motivar el trabajo de cada uno de sus colaboradores ya que de esta manera ellos cumplirán de mejor manera el trabajo a ellos encomendados y así ayudar al desarrollo de la compañía.
Visión a largo plazo	Planificar y ejecutar actividades a largo plazo aprovechando oportunidades y mitigando amenazas para así lograr el fortalecimiento del departamento y el desarrollo turístico.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

2.2. Agente vendedor

Cuadro N° 87. Funciones del agente de ventas

DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
Título del puesto	Agente de ventas
Nivel de reporte inmediato	Director comercial
Subrogación	Persona con conocimientos a fines designado por el gerente.
Misión del cargo	

Comercializar servicios y actividades establecidos en productos turísticos.				
Colaboradores Directos		Contactos internos	Contactos externos	
<ul style="list-style-type: none"> - Gerente - Secretaria contadora - Área comercial y de producción 		<ul style="list-style-type: none"> - Accionistas - Miembros de la compañía - Trabajadores del área comercial y de producción 	<ul style="list-style-type: none"> - Propietarios de establecimientos para prestación de servicios turísticos - Agencias de viajes y tour 	
PERFIL	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
	Título profesional de tercer nivel en administración, hotelería y turismo, Marketing.	Ser nombrado por la mayoría de miembros de la asociación. Tener conocimientos básicos de: <ul style="list-style-type: none"> - Administración - Facturación y retención - Operación turística - Programas informáticos contables y financieros - Marketing y ventas 	Inglés intermedio o avanzado	Mínimo de 1 año en funciones similares
Responsabilidad del Cargo				

<ul style="list-style-type: none"> - Acatar lo dispuesto en las leyes, reglamentos y estatutos dispuestos por la asociación - Realizar análisis de mercado - Ofertar y comercializar al segmento objetivo los productos turísticos - Buscar mercados potenciales - Coordinar actividades con secretaria y guías para el desarrollo de actividades - Promover el cumplimiento de las políticas de reservación y pagos de los paquetes ofertados - Realizar reservaciones - Elaborar y manejar la base de datos de clientes - Recopilar periódicamente material fotográfico, e información actualizada de los recursos a ofertar para elaborar el material promocional - Establecer alianzas estratégicas con agencias y tour operadoras - Distribuir el material promocional en agencias de viajes y tour operadoras - Elaborar estrategias de venta - Elaborar y supervisar el presupuesto de venta - Definir cadenas de distribución - Participar en eventos turísticos - Actualizar de manera periódica las estrategias del marketing mix - Realizar distintas actividades que sean encomendadas por el gerente. 	
Indicadores de Medición	
Indicador de la Asociación	Indicador de Proceso
Ser creativo, innovador y poseer un gran poder de convencimiento	Demostrar Responsabilidad en el desarrollo de actividades para mantener la vida útil de la compañía.
Condiciones de trabajo	
Desarrolla sus actividades dentro y fuera de la oficina en un ambiente agradable demostrando amabilidad y conocimiento en el momento de ofertar los servicios.	
Perfil de	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel Requerido
Profesionalismo	Demostrar capacidad, conocimiento, puntualidad y solvencia para el desarrollo eficiente de su trabajo.
Responsabilidad	Efectuar eficientemente las funciones encomendadas

2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel Requerido
Sinergia	Establecer lazos de compañerismo entre los miembros del equipo de trabajo para el desarrollo y éxito las actividades turísticas.
Cooperación	Trabajar, participar y tomar decisiones de manera activa y conjunta con la directiva y guías.
3. Integridad	
Atributo	Nivel Requerido
Respeto	Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la asociación.
Ética	Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en el desarrollo de actividades
4. Orientación a la oferta y demanda	
Atributo	Nivel Requerido
Participación	Gestionar para la ejecución de distintos programas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos en mejoramiento de la calidad de servicio y atención al cliente
Desarrollo turístico	Fomentar el desarrollo turístico a través de alianzas estratégicas de promoción con sectores públicos como el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Desarrollo del personal	Mostrar profesionalismo a través de su conocimiento y experiencia, garantizando integridad y seguridad del cliente.
Visión a largo plazo	Ejecutar actividades a largo plazo aprovechando oportunidades y mitigando amenazas para así lograr el fortalecimiento del departamento y el desarrollo turístico.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

2.3. Guía

Cuadro N° 88. Funciones de guía

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Guía		
Nivel de reporte inmediato		Director comercial		
Subrogación		Persona con conocimientos afines designado por el gerente.		
Misión del cargo				
Informar, orientar, recrear animar y conducir a turistas nacionales y extranjeros en las áreas destinadas para la ejecución de actividades turísticas.				
Colaboradores Directos		Contactos internos	Contactos externos	
- Gerente - Área comercial		- Accionistas - Trabajadores del área comercial	- UMATA - Propietarios de establecimientos para prestación de servicios	
PERFIL	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
	Poseer licencia de guías nativos o especializados avalados por el Ministerio de Turismo o del Ministerio del Ambiente.	Tener conocimientos de: - Relaciones humanas - Primeros auxilios - Técnicas de guianza - Geografía e Historia - Patrimonio natural y cultural - Flora y fauna de la zona - Gastronomía típica - Interpretación ambiental y cultural	Inglés intermedio o avanzado	Mínimo 1 año en funciones similares
Responsabilidad del Cargo				

<ul style="list-style-type: none"> - Acatar lo dispuesto en las leyes, reglamentos y estatutos dispuestos por la compañía - Coordinar la recepción, conducción e información de turistas - Planificar con anticipación las salidas para los distintos recorridos - Elaborar el guion técnico e interpretativo basado en las características de los sitios de visita, y al perfil del visitante - Solicitar previamente el apoyo logístico (materiales, equipos y botiquín de primeros auxilios) para la visita - Explicar a los visitantes normas de comportamiento y seguridad - Velar por la seguridad de los turistas - Complementar la información proporcionada por los medios de interpretación - Liderar y mantener el orden del grupo - Mantener un ambiente agradable y solidario con los visitantes - Predisponerse a resolver dudas y escuchar sugerencias de los visitantes antes, durante y después de los recorridos - Coordinar horarios con los prestadores de servicios turísticos - Cumplir con el itinerario 	
Indicadores de Medición	
Indicador de la Asociación	Indicador de Proceso
Demostrar eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios	Responsabilidad directa en la conducción de turistas e interpretación de recursos garantizando la satisfacción en la visita
Condiciones de trabajo	
Desarrolla sus actividades en las áreas destinadas para investigación, recreación o interpretación de recursos en un ambiente agradable y de compañerismo, demostrando seguridad, confianza y profesionalismo	
Perfil de competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel Requerido
Profesionalismo	<p>Demostrar capacidad, conocimiento, puntualidad y solvencia para el desarrollo eficiente de su trabajo lo que garantizará el cumplimiento eficiente de actividades y la satisfacción de turistas</p>

Responsabilidad	Efectuar eficientemente las funciones encomendadas
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel Requerido
Sinergia	Establecer lazos de compañerismo entre los miembros del equipo de trabajo para el desarrollo y éxito las actividades turísticas.
Cooperación	Trabajar, participar y tomar decisiones de manera activa y conjunta con la directiva y trabajadores del área comercial.
3. Integridad	
Atributo	Nivel Requerido
Respeto	Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la asociación.
Ética	Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en el desarrollo de actividades
4. Orientación a la oferta y	
Atributo	Nivel Requerido
Énfasis en el cumplimiento de los objetivos	Tener un manejo adecuado del grupo, además tratar de satisfacer las expectativas del cliente para de esta manera los clientes se encuentren complacidos.
Cumplimiento de compromisos	Ayudar al turista en lo que esté a su alcance, cubrir todas las dudas del turista para que éste de buenas referencias y así podamos alcanzar los objetivos deseados.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Manejo del grupo	Velar por la salud, seguridad e integridad de los turistas y de sus objetos personales, tanto en el medio de transporte como en los desplazamientos peatonales y en los lugares de interés.
Tolerancia	Ser cordial al momento de tratar a los turistas.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

3. Departamento administrativo – financiero

3.1. Cuadro N° 89. Director administrativo-financiero

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Director administrativo-financiero		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Subrogación		Persona con conocimientos afines designado por el gerente.		
Misión del cargo				
Planificar la inversión, financiamiento y las decisiones sobre dividendos. También se centrara en dos aspectos importantes: el manejo de recursos financieros y el análisis periódico de la rentabilidad y la liquidez del producto.				
Colaboradores Directos		Contactos internos	Contactos externos	
- Gerente - Directores departamentales		- Accionistas - Trabajadores del área financiera	- UMATA - Propietarios de establecimientos para prestación de servicios turísticos.	
PERFIL	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
	Estudios en economía, administración de empresas y legislación.	Tener conocimientos de: - informática - Administración - Ventas - Facturación - Contabilidad - Turismo	Inglés intermedio o avanzado	Mínimo 1 año en funciones similares
Responsabilidad del Cargo				

<ul style="list-style-type: none"> - Apertura de los libros de contabilidad. - Establecimiento del sistema de contabilidad. - Estudio de estados financieros y sus análisis. - Certificación de planillas para el pago de impuestos. - Aplicación de beneficios y reportes de dividendos. - Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones. - Calcular operaciones financieras. - Juzgar la inversión, el financiamiento y las decisiones sobre los dividendos de la compañía. 	
Indicadores de Medición	
Indicador de la Asociación	Indicador de Proceso
Responsable, amable y servicial. Dinámico e innovador	Responsabilidad en el cargo, liderazgo, compromiso e ingenio. Velar por el cumplimiento de los objetivos.
Condiciones de trabajo	
Desarrollará sus labores en un ambiente agradable, acogedor, ordenado, equipado iluminado, su desempeño es directamente con los directores departamentales para mantenerse informado de las actividades que realiza cada uno de los miembros de cada uno de los	
Perfil de competencias	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel Requerido
Capacidad	Debe demostrar capacidad, actuar con seguridad y expresarse con un lenguaje de certeza al momento de tomar decisiones.
Honestidad	Debe decir siempre la verdad y tratar de ser lo más justo posible al momento de tomar decisiones o llamar la atención a alguno de los empleados.
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel Requerido
Liderazgo	Actuar con parcialidad y responsabilidad con todos los miembros del grupo para de esta manera lograr los objetivos planteados.
Optimismo	Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo de las cosas.

Toma de decisiones	Fácil análisis, decidir y seleccionar al momento de asumir acciones que sean beneficiosas para el grupo de trabajo.
3. Integridad	
Atributo	Nivel Requerido
Respeto	Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la compañía.
Ética	Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en el desarrollo de actividades
Iniciativa	Predisposición para emprender acciones, mejorar resultados, promover y participar activamente en los proyectos que realice para de esta forma crear mayores oportunidades.
4. Orientación a la oferta y demanda	
Atributo	Nivel Requerido
Énfasis en el cumplimiento de los objetivos	Desarrollar programas con la participación y colaboración de cada uno de los departamentos, tomando en cuenta las necesidades y actividades que están desarrollando para alcanzar los objetivos propuestos.
Cumplimiento de compromisos	Buscar financiamientos y alianzas estratégicas con empresas importantes que estén afines con nuestro servicio, de tal manera que ayude a la promoción y comercialización del servicio turístico.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel requerido
Persuasivo	Buen vendedor de ideas a las demás, cambia las opiniones de otros, negociador.
Visión de largo plazo	Planificar y ejecutar actividades a largo plazo aprovechando oportunidades y mitigando amenazas para así lograr el fortalecimiento y el desarrollo del servicio turístico.
Innovador	Con buenas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.

Fuente: Trabajo de campo, 2014

Elaborado por: Cristina Paredes.

3.2. Secretaria

Cuadro N°90. Funciones de la secretaria

DATOS DE IDENTIFICACIÓN				
Título del puesto		Secretaria contadora		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Subrogación		Persona con conocimientos similares designada por el gerente.		
Misión del cargo				
Revisar, informar, y procesar, informes, documentos legales y transacciones contables de las distintas actividades				
Colaboradores Directos		Contactos internos	Contactos externos	
- Gerente - GAD Cantonal - Entidades financieras		- Accionistas - Trabajadores del área comercial y del área productiva.	- Propietarios de establecimientos para prestación de servicios turísticos	
PERFIL	Formación académica	Requisitos y conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de experiencia
	Preferentemente título profesional de tercer o cuarto nivel en contabilidad, auditoria y finanzas	Ser elegido por la mayoría de accionistas Tener conocimientos básicos de: - Secretariado - Facturación y retención - Contabilidad y administración - Operación turística - Programas informáticos contables y financieros - Manejo de la ley de régimen tributario	Inglés básico o intermedio	Mínimo 3 años en funciones similares
Responsabilidad del Cargo				

- Acatar y promover el cumplimiento de leyes reglamentos y estatutos de la compañía
- Asistir a todas las reuniones de la asociación
- Elaborar el registro de socios y asistencias
- Elaborar libros de actas y resoluciones de la asociación
- Recibir, registrar, emitir y tramitar por medio de inventario correspondencia y documentación de la asociación.
- Recibir a los visitantes que requieran los servicios turísticos
- Atender de manera eficiente quejas y solicitudes de clientes
- Presentar informes mensuales de actividades realizadas
- Realizar reservaciones para el desarrollo de productos turísticos
- Trabajar de forma directa y coordinada con el área comercial
- Elaborar el informe anual de actividades de manera conjunta con miembros de la directiva y coordinadores de áreas
- Responsabilizarse de la administración económica
- Remitir informes contables y financieros al presidente
- Expedir facturas y percibir el importe de las mismas
- Llevar la contabilidad de la compañía (ingresos, egresos, estados financieros, balance de comprobación, estados y análisis financieros)
- Realizar pagos de sueldos y salarios, materia prima, insumos y distintas necesidades
- Realizar conciliaciones bancarias - Formular declaraciones fiscales.

Indicadores de Medición

Indicador de la Asociación	Indicador de Proceso
Demostrar eficiencia y espíritu de trabajo para garantizar una buena imagen y eficacia en el desarrollo del proceso contable que garantice la vida comercial	Demostrar solvencia y confiabilidad para el manejo de información, documentos, archivos y funciones económicas y financieras a su cargo.

Condiciones de trabajo

Desarrolla sus actividades en un ambiente sano, armónico y ordenado fuera y dentro de la oficina ofreciendo un ambiente acogedor para miembros de asociación, turistas y público en general.

Perfil de competencias

1. Compromiso

Atributo	Nivel Requerido
Profesionalismo	Demostrar capacidad, conocimiento, puntualidad y solvencia para el desarrollo eficiente de su trabajo.
Responsabilidad	Efectuar eficientemente las funciones encomendadas.
2. Trabajo en Equipo	
Atributo	Nivel Requerido
Sinergia	Establecer lazos de compañerismo entre los miembros del equipo de trabajo para el desarrollo y éxito las actividades
Cooperación	Colaborar participar y tomar decisiones de manera activa y conjunta con los coordinadores de las distintas áreas de trabajo.
3. Integridad	
Atributo	Nivel Requerido
Respeto	Difundir tolerancia, apertura y respeto a través del cumplimiento de normas leyes y estatutos de la compañía.
Ética	Mantener liderazgo intachable, manteniendo y promoviendo valores morales en los miembros de la compañía.

Fuente: Trabajo de campo 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

d) Estructura de procedimientos

1. Políticas de reservación

- La reservación de los paquetes y los servicios que ofertan se realizarán personalmente, vía telefónica e internet.
- Las reservaciones serán bajo única responsabilidad de la persona encargada.
- Las reservaciones vía telefónica o mail se realizarán con un mínimo de 3 días de anticipación.
- Las reservaciones se realizarán con el pago del 50% del total del costo del servicio.

2. Políticas de pago o depósito

- Los pagos para las reservaciones se podrán realizar mediante tarjeta de crédito o en efectivo.
- El depósito se lo realizara únicamente en la cuenta bancaria de la asociación.
- El pago restante del tour se deberá realizar un día antes de iniciar el tour
- Es obligatoria la entrega de comprobante de depósito vía email o fax.

3. Políticas de cancelación, compensación y devolución

- El paquete que fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 15%
- El paquete que no fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 30%.
- Todos los servicios ofrecidos en los paquetes que por circunstancias de la naturaleza como el clima no admitirán devoluciones se les compensará con otra actividad parecida a la que no pudo desarrollarse.
- En caso de que los turistas por situaciones personales no puedan realizar alguna de las actividades ofertadas en los paquetes se descontará dicho valor.

4. Políticas para el personal

- Mantener una relación amable y respetuosa con los turistas.
- Trabajar de manera coordinada, conjunta y respetuosa con el resto del personal.
- Prohibido ingerir bebidas alcohólicas y sustancias psicotrópicas en horario de trabajo o en las horas libres que se encuentren dentro de los senderos o comunidades.
- Ser puntual y mostrar ética profesional en todas las actividades que se le encomiende.

- Se atenderán las necesidades y se responderán las inquietudes de los turistas con prontitud y amabilidad.
- Dar buena imagen física y psicológica a los turistas a fin de lograr la confianza de los mismos.
- Evitar o solucionar cualquier contratiempo relacionado con peleas, y discusiones entre turistas.
- Se prohíbe tomar las pertenencias de los turistas.
- En el caso de que el visitante olvide alguna pertenencia se procurará, la entrega inmediata, de conseguirla, se informará y guardará hasta que su dueño la solicite.

5. Políticas para los guías

- Se contratarán guías quienes deberán poseer la licencia de guía nativo o naturalista.
- El guía deberá cumplir con el itinerario del paquete elegido por los pasajeros.
- Antes de iniciar el recorrido deberá dar una breve introducción de la ruta, atractivos a visitar y duración del recorrido.
- Los guías siempre deberán llevar un celular con cobertura y un botiquín de primeros auxilios para cualquier emergencia.
- Todos los guías deberán estar capacitados en primeros auxilios.

- Dependiendo el recorrido y la distancia programada el guía deberá llevar implementos que sirvan como: brújula, linterna, alimentos enlatados, etc.
- Un guía se responsabilizará de un grupo de 10 personas, pasado este número el grupo será dirigido por 2 guías.

6. Políticas para el visitante

- Desde su ingreso los turistas deben cuidar y proteger el paisaje.
- Los turistas deben registrar su ingreso con el personal encargado.
- Por la exigencia física y el tiempo de recorrido es recomendable llevar bebidas hidratantes.
- Los visitantes deben respetar los límites establecidos en los senderos y señalización.
- Los senderos deben mantenerse limpios, si se genera basura los visitantes deben guardarla o depositarla en los basureros.
- No deben escribir, manchar, o realizar cualquier tipo de graffiti en piedras, árboles o equipamientos de apoyo ya que esto afecta el paisaje natural.
- Se prohíbe recolectar plantas, insectos o animales.
- Respetar los conocimientos locales, así como a los miembros de las comunidades.
- Seguir siempre las instrucciones del guía

- No descuidar sus pertenencias
- Por su seguridad no separarse del grupo
- Está prohibido el ingreso y consumo de bebidas alcohólicas o sustancias psicotrópicas, el ingreso de armas y mascotas, comportamiento inadecuado y la extracción de especies vegetales, prender fuego y la caza de especies de aves.

7. Desarrollo de la operación

7.1. Reservación y venta del paquete turístico

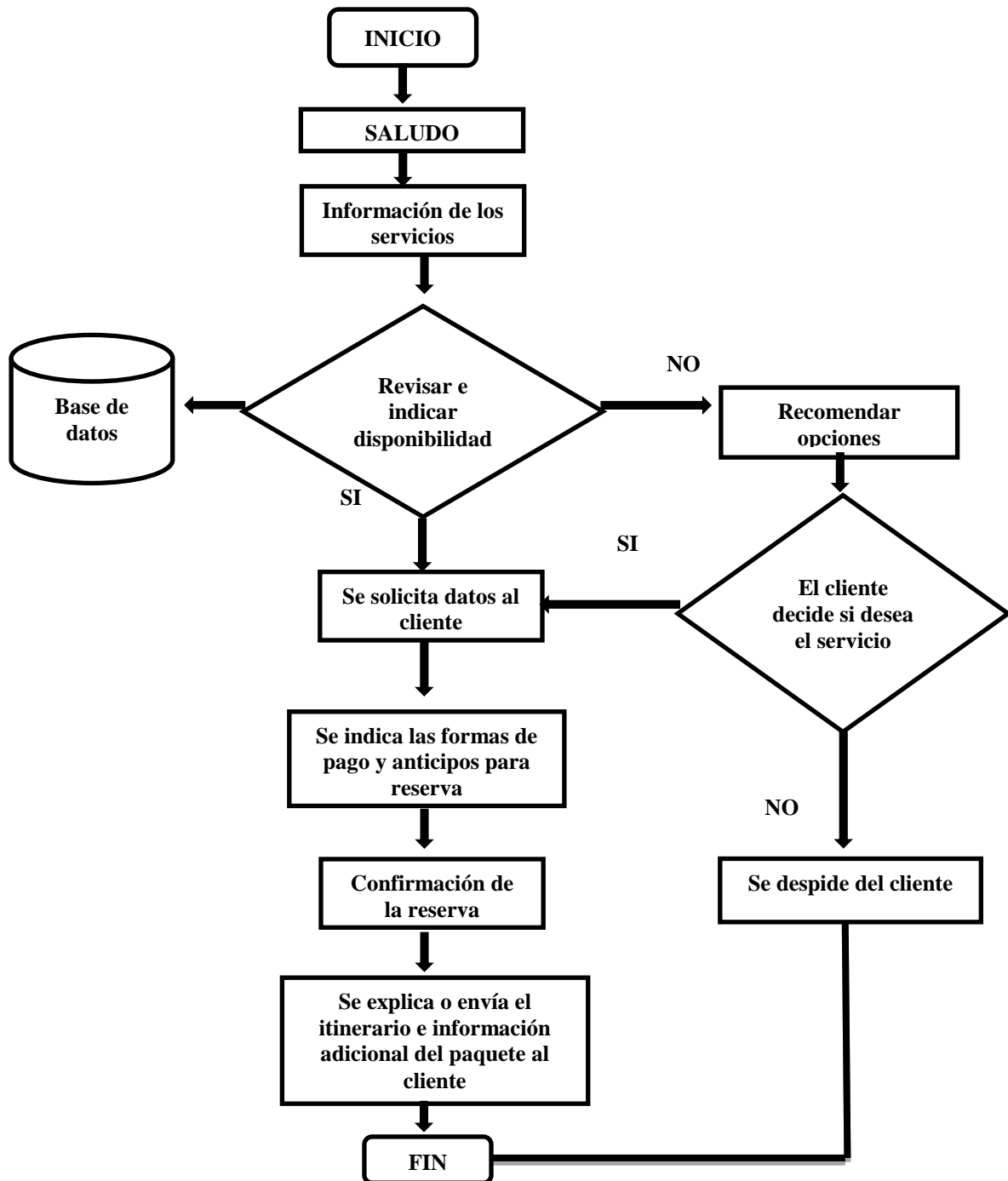


Gráfico N° 20. Flujograma de reservación y venta de paquetes

7.2. Esquema flujograma para el servicio de guianza

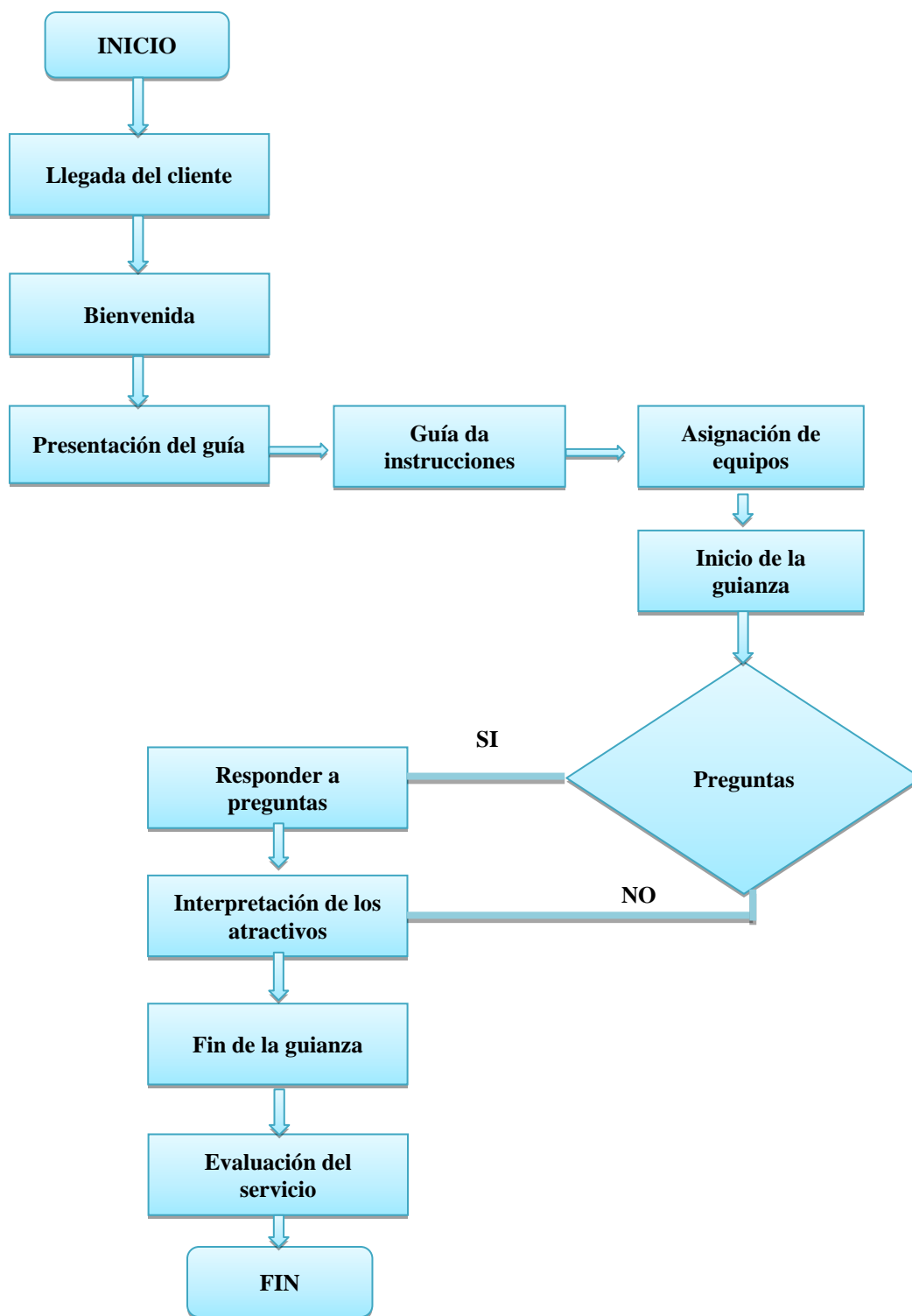


Gráfico N° 21. Flujograma de guianza

7.3. Esquema flujograma para el servicio de Camping

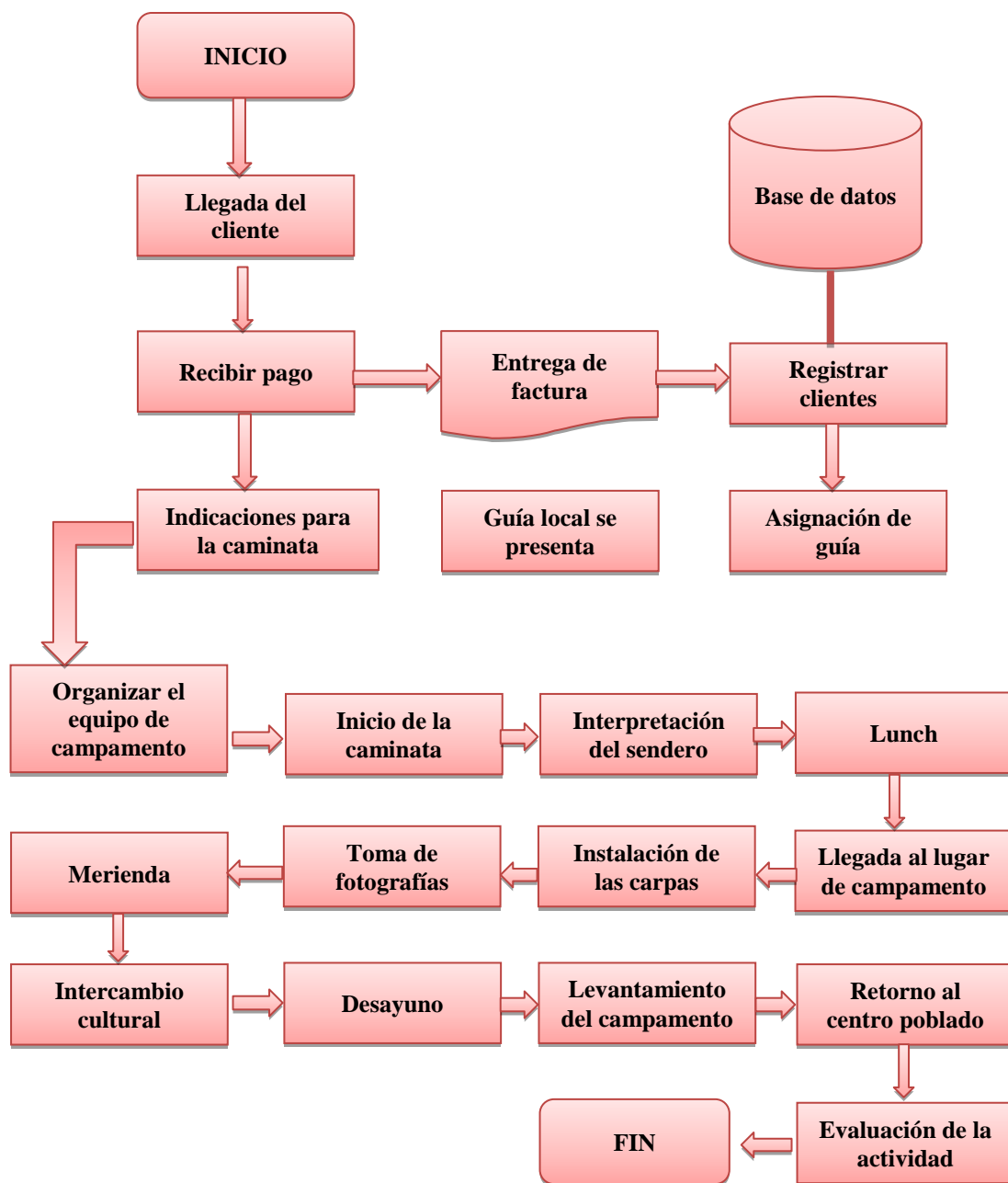


Gráfico N° 22. Flujograma de camping

7.4. Esquema flujograma para el servicio de Canyoning

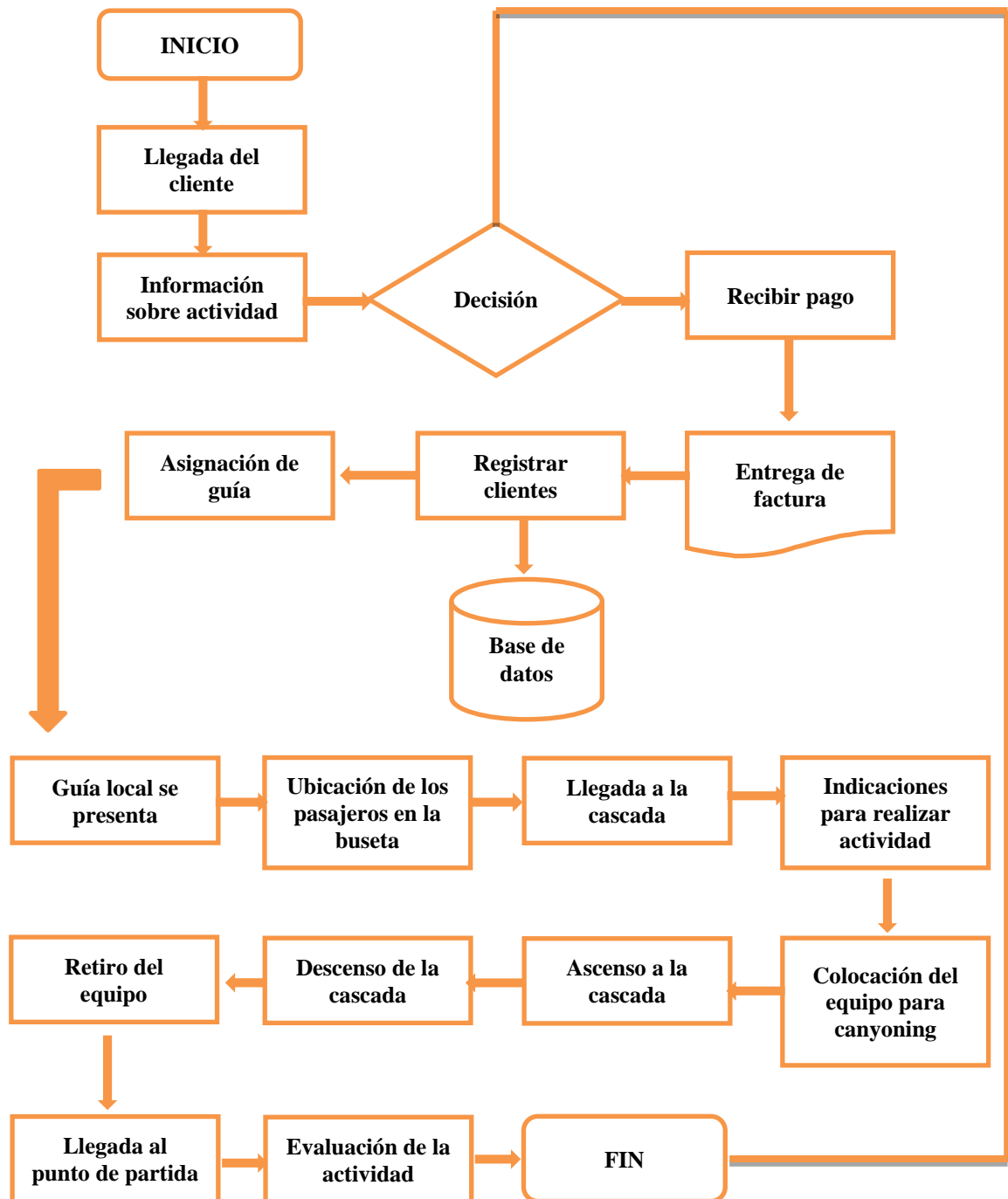


Gráfico N° 23. Flujograma de Canyoning

7.5. Esquema flujograma para el servicio de Senderismo

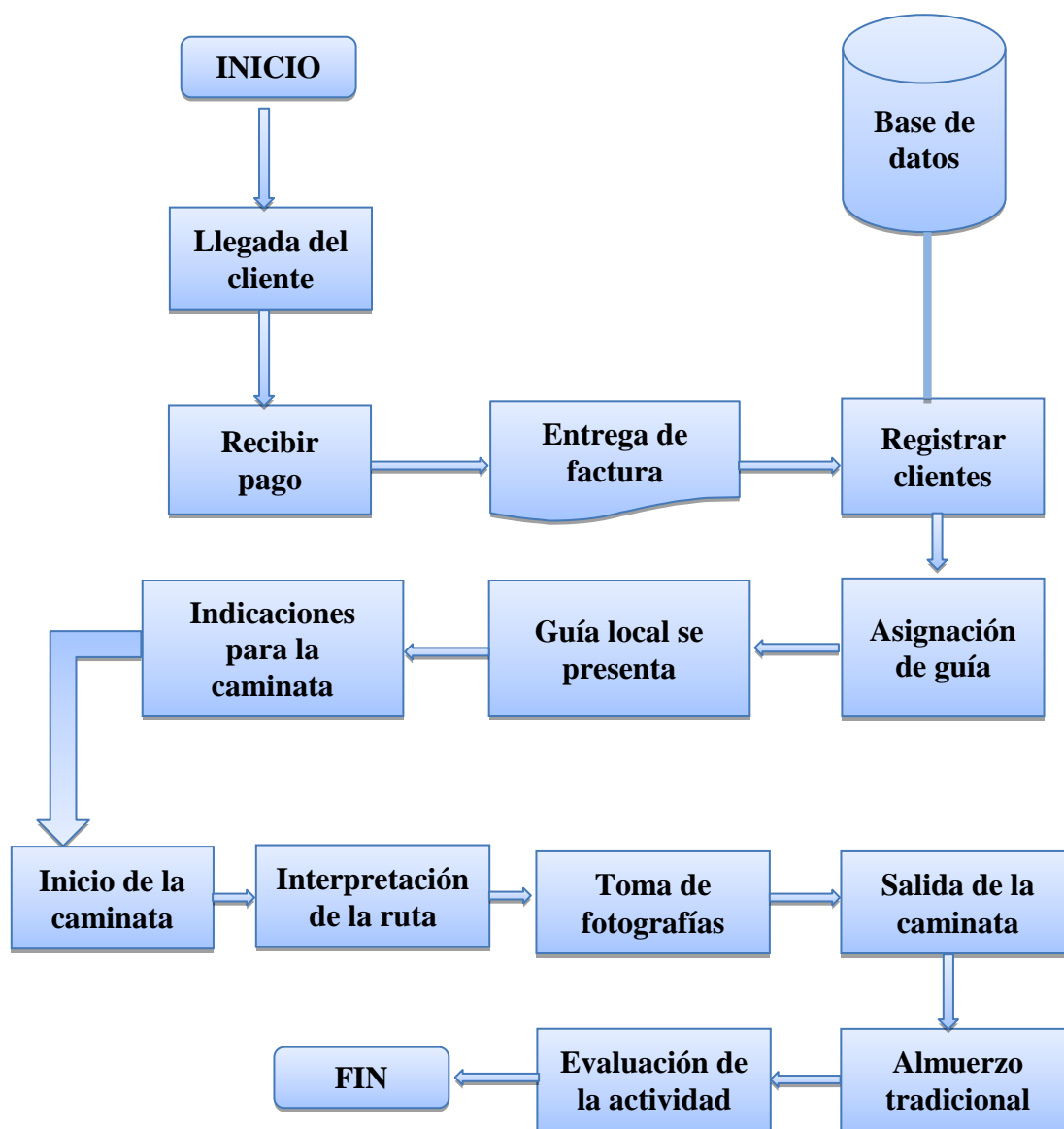


Gráfico N° 24. Flujograma de Senderismo

7.6. Esquema flujograma para el servicio de Cabalgata

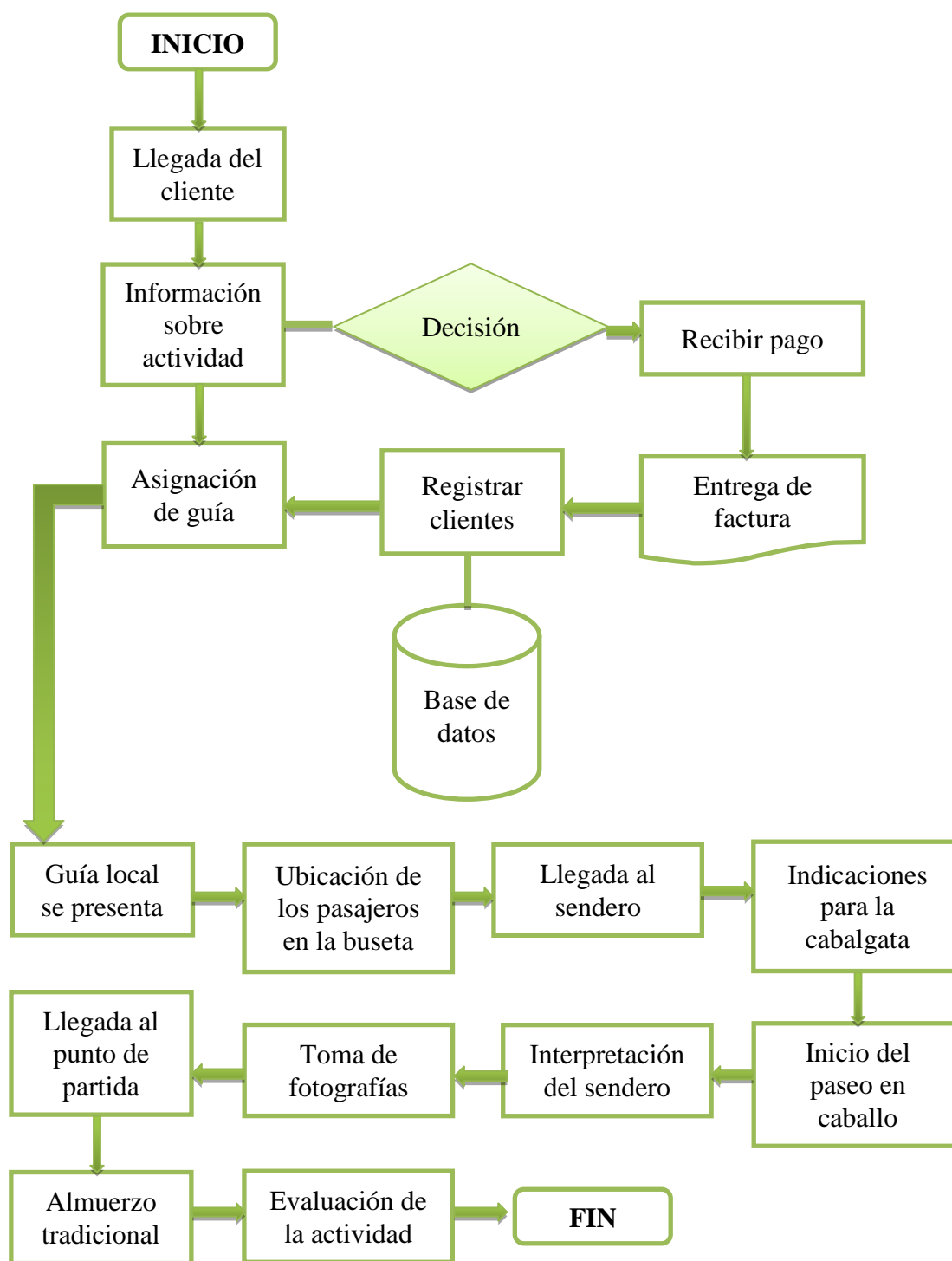


Gráfico N° 25. Flujograma de Cabalgata

8. Herramientas

a) Registro para reservaciones

Cuadro N° 91. Herramienta para reservación.

RESERVACIÓN																					
Cliente:		Ciudad/País:	CC/Pasaporte:																		
Teléfono/e-mail:		Fecha de arribo:	Hora:																		
Paquetes																					
	Código	Número de personas																			
	PNT 01																				
	PNT 02																				
	PNT 03																				
Servicio que incluye:		Pagos y depósitos																			
<table border="1"><tr><td>Canyoning</td><td></td></tr><tr><td>Alimentación</td><td></td></tr><tr><td>Guianza</td><td></td></tr><tr><td>Transporte</td><td></td></tr></table>		Canyoning		Alimentación		Guianza		Transporte		<table border="1"><tr><td>Reserva con el 100%</td><td></td></tr><tr><td>Reserva con el 50%</td><td></td></tr><tr><td>Requiere confirmación de depósito</td><td></td></tr><tr><td>Requerimientos especiales</td><td></td></tr><tr><td colspan="2"></td></tr></table>		Reserva con el 100%		Reserva con el 50%		Requiere confirmación de depósito		Requerimientos especiales			
Canyoning																					
Alimentación																					
Guianza																					
Transporte																					
Reserva con el 100%																					
Reserva con el 50%																					
Requiere confirmación de depósito																					
Requerimientos especiales																					
Observaciones:		Responsable:																			

Elaborado por: Cristina Paredes

b) Confirmación de depósito

Cuadro N° 92. Herramienta para confirmar el depósito

CONFIRMACIÓN DE DEPÓSITO		
Se confirma con este recibo su depósito para cubrir la reservación		
Fecha:	Costo del paquete:	Fecha de arribo:
Cliente:	Valor recibido:	Hora de llegada:
CC/Pasaporte:	Saldo:	Duración del Tour:
Observaciones:		Responsable:

Devoluciones:

- El paquete que fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 15%.
- El paquete que no fuere cancelado hasta con 2 semanas de anticipación se le devolverá el efectivo con un porcentaje de retención por gastos del servicio del 30%.

Elaborado por: Cristina Paredes

c) Registro de clientes

Cuadro N° 93. Herramienta para registro de clientes

REGISTRO DE CLIENTES						
Nombre	Apellido	CC/Pasaporte	Pax	Paquete	Duración	Fecha de arribo

Elaborado por: Cristina Paredes

d) Hoja de reservaciones

Cuadro N° 94. Herramienta para reservaciones

RESERVACIONES						
MES:						
Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado

Elaborado por: Cristina Paredes

e) **Registro del personal de guianza**

Cuadro N° 95. Herramienta para registro del personal de guianza

PERSONAL DE GUIANZA						
Fecha	Hora	Nombre	Núm. De personas	Día y hora de salida	Día y hora de llega	Firma

Elaborado por: Cristina Paredes

F. VIABILIDAD ECONÓMICA, FINANCIERA

1. Estudio Económico

a. Inversiones del Proyecto

1) Inversión en Activos fijos

Cuadro N° 96. Inversión en Activos fijos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Terreno	100	m	\$80.00	\$8000.00
Edificación	100	m	\$300.00	\$30000.00
Equipo de oficina				
Teléfono inalámbrico	2	u	\$30.00	\$60.00
Calculadora	2	u	\$20.00	\$40.00
Equipo de computo				
Computadora	2	u	\$600.00	\$1200.00
Impresora	1	u	\$120.00	\$120.00
Muebles y enseres				
Escritorio	3	u	\$150.00	\$450.00
Archivador	1	u	\$90.00	\$90.00
Sillas	6	u	\$25.00	\$150.00
Vehículos				
Buseta	1	u	\$30000.00	\$30000.00
TOTAL				\$70110.00

Elaborado por: Cristina Paredes.

2) **Inversión en activos diferidos**

Cuadro N° 97. Inversión en activos diferidos

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Estatutos de constitución	1	\$250.00	\$250.00
Elevación de escritura de funcionamiento	1	\$450.00	\$450.00
TOTAL			\$700.00

Elaborado por: Cristina Paredes.

3) **Gastos de permisos de funcionamiento**

Cuadro N° 98. Gastos de permisos de funcionamiento

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
LUAF	1	\$94.40	\$94.40
Permiso de bomberos	1	\$10.00	\$10.00
Registro de turismo	1	\$94.40	\$94.40
TOTAL			\$198.80

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 99. Gastos de permisos de funcionamiento

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
RUC	1	10.00	10.00
TOTAL			10.00

Elaborado por: Cristina Paredes.

4) Gastos servicios básicos**Cuadro N° 100. Gastos servicios básicos**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Servicios básicos	12	59.00	708.00
TOTAL			708.00

Elaborado por: Cristina Paredes.

5) Materiales e insumos**Cuadro N° 101. Materiales e insumos**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
Materiales de oficina	1	\$350.00	\$350.00
Cartuchos	8	\$20.00	\$160.00
TOTAL			\$510.00

Elaborado por: Cristina Paredes.

6) **Remuneraciones talento humano**

Cuadro N° 102. Remuneraciones talento humano

DENOMINACIÓN	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL
Gerente	\$500.00	\$6000.00
Técnico - asesor	\$400.00	\$4800.00
Director comercial y de producción	\$400.00	\$4800.00
Agente de ventas	\$400.00	\$4248.00
Guía	\$400.00	\$4248.00
Director administrativo - financiero	\$400.00	\$4800.00
Secretaria contadora	\$354.00	\$4248.00
TOTAL		\$34800.00

Elaborado por: Cristina Paredes.

b. Resumen de Inversiones

Cuadro N° 103.**Inversiones**

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN
Inversiones fijas				
Terreno	100	m2	60	\$ 6.000,00
Edificaciones	100	m2	200	\$ 20.000,00
Vehículo de trabajo	1	U	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Equipo de computo	1	GLB	\$ 1320,00	\$ 1320,00
Equipo de oficina	1	GLB	\$ 100,00	\$ 100,00
Muebles y enseres	1	GLB	\$ 690,00	\$ 690,00
Sub total				\$ 58.110,00
Activos diferidos				
Gastos de constitución	1	GLB	\$ 700,00	\$ 700,00
Gastos de instalación	1	GLB	\$ 208,80	\$ 208,80
Promoción y publicidad	1	GLB	\$ 1.740,00	\$ 1.704,00
Sub total				\$ 2.648,80
Capital de trabajo				
Sueldos y salarios	1	GLB	\$ 28.896,00	\$ 34.800,00
Servicios básicos	1	GLB	\$ 708,00	\$ 708,00
Contingencias	1	GLB	\$ 3.597,60	\$ 4.188,00
Subtotal				\$ 39.696,00
Total				\$ 100.454,80

Elaborado por: Cristina Paredes.

c. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N° 104.Fuentes y usos del proyecto

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN	RECURSO PROPIO	PRÉSTAMO
INVERSIONES FIJAS						
Terreno	100	m2	\$ 60,00	\$ 6.000,00		\$ 6.000,00
Edificaciones	100	m2	\$ 200,00	\$ 20.000,00		\$ 20.000,00
Vehículo de trabajo	1	U	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00		\$ 30.000,00
Equipo de computo	1	GLB	\$ 1320,00	\$ 1320,00		\$ 1320,00
Equipo de oficina	1	GLB	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	
Muebles y enseres	1	GLB	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de constitución	1	GLB	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	
Gastos de instalación	1	GLB	\$ 208,80	\$ 208,80	\$ 208,80	
Promoción, publicidad	1	GLB	\$ 1.740,00	\$ 1.740,00		\$ 1.740,00
CAPITAL DE TRABAJO						
Sueldos y salarios	1	GLB	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	\$ 34.800,00	
Servicios básicos	1	GLB	\$ 708,00	\$ 708,00	\$ 708,00	

Contingencias	1	GLB	\$ 4.188,00	\$ 4.188,00	\$ 4.188,00	
Total				\$ 100.454,80	\$ 42.394,80	\$ 59.060,00

Elaborado por: Cristina Paredes

d. Financiamiento del proyecto

Cuadro N° 105.Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO	
Recurso propio	\$ 41.394,80
Préstamo (Banco Nacional de Fomento)	\$ 59.060,00
Total asignación	\$ 100.454,80
Aportación GAD (señalética)	\$22.467.01

Elaborado por: Cristina Paredes

e. Depreciación de activos fijos

Cuadro N° 106. Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR DEL BIEN	% DEPREC.	DURACION DEL PROY	AÑOS POR LEY	DEPRE. ANUAL	VALOR SALVAMENTO	VALOR DEPREC.
Vehículo de trabajo	\$ 30.000,00	10	5	5	\$ 6.000,00	\$ 0,00	\$ 30.000,00
Equipo de computo	\$ 1320,00	20	5	5	\$ 264,00	\$ 0,00	\$ 1320,00
Equipo de oficina	\$ 100,00	10	5	10	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Muebles y enseres	\$ 690,00	33	5	3	\$ 230,00	\$ 0,00	\$1150,00
TOTAL					\$ 6.504,00	\$ 50,00	\$ 32.520,00

Elaborado por: Cristina Paredes

f. Amortización de los activos diferidos

Cuadro N° 107. Amortización de activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de constitución	\$ 700,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00	\$ 140,00
Gastos de instalación	\$ 208,80	\$ 41,76	\$ 41,76	\$ 41,76	\$ 41,76	\$ 41,76
Promoción y publicidad	\$ 1.740,00	\$ 348,00	\$ 348,00	\$ 348,00	\$ 348,00	\$ 348,00
TOTAL	\$ 2.648,80	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76

Elaborado por: Cristina Paredes

g. Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- a. Préstamo: \$59060,00
- b. Plazo: 5 años
- c. Interés: 11%

Cuadro N° 108. Cálculo del pago de la deuda

PERIODO	CAPITAL PRESTADO	INTERES	CAPITAL PAGO	CUOTA PAGO	SALDO
Año 1	\$ 59.060,00	\$ 259,86	\$ 11.812,00	\$ 12.071,86	\$ 48.287,46
Año 2	\$ 47.248,00	\$ 259,86	\$ 11.812,00	\$ 12.071,86	\$ 36.215,59
Año 3	\$ 35.436,00	\$ 259,86	\$ 11.812,00	\$ 12.071,86	\$ 24.143,73
Año 4	\$ 23.624,00	\$ 259,86	\$ 11.812,00	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86
Año 5	\$ 11.812,00	\$ 259,86	\$ 11.812,00	\$ 12.071,86	\$ 0,00
TOTAL		\$ 1.299,32	\$ 59.060,00	\$ 60.359,32	

Elaborado por: Cristina Paredes

h. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

Cuadro N° 109. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCION					
Transporte	\$ 34.787,26	\$ 38.265,99	\$ 42.092,59	\$ 46.301,85	\$ 50.932,03
Guianza nativa	\$ 14.345,26	\$ 16.066,69	\$ 17.673,36	\$ 19.440,70	\$ 21.384,77
Suplemento chofer	\$ 12.087,70	\$ 13.296,46	\$ 14.626,11	\$ 16.088,72	\$ 17.697,59
Alimentación	\$ 7.181,90	\$ 7.900,09	\$ 8.690,10	\$ 9.559,11	\$ 10.515,02
Actividades	\$ 13.637,71	\$ 15.001,48	\$ 16.501,63	\$ 18.151,79	\$ 19.966,97
SUBTOTAL	\$ 82.039,83	\$ 90.530,71	\$ 99.583,79	\$ 109.542,16	\$ 120.496,38
COSTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios	\$ 34.800,00	\$ 38.976,00	\$ 43.653,12	\$ 48.891,49	\$ 54.758,47
Servicios Básicos	\$ 708,00	\$ 778,80	\$ 856,68	\$ 942,35	\$ 1.036,58
Depreciaciones	\$ 6.504,00	\$ 6.504,00	\$ 6.504,00	\$ 6.494,00	\$ 6.494,00
SUBTOTAL	\$ 42.012,00	\$ 46.258,80	\$ 51.013,80	\$ 56.327,84	\$ 62.289,06
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86
SUBTOTAL	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86

COSTOS DE VENTA					
Promoción	\$ 1.740,00	\$ 1.914,00	\$ 2.105,40	\$ 2.315,94	\$ 2.547,53
SUBTOTAL	\$ 1.740,00	\$ 1.914,00	\$ 2.105,40	\$ 2.315,94	\$ 2.547,53
TOTAL	\$ 126.051,69	\$ 138.963,38	\$ 152.962,85	\$ 168.445,81	\$ 185.592,83

Elaborado por: Cristina Paredes.

i. Estructura de ingresos

Cuadro N° 110. Número de paquetes vendido por grupos de pax

PAQUETES VENDIDOS	GRUPOS DE 1 A 5 PAX	GRUPOS DE MÁS DE 5 PAX
Paquete 1	1771	113
Paquete 2	1771	113
Paquete 3	1430	91
Total	4972	317

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 111. Precios de paquetes por grupos de pax

PRECIO DE VENTA DE PAQUETES	GRUPOS DE 1 A 5 PAX	GRUPOS DE MÁS DE 5 PAX
Paquete 1	\$ 60,00	\$ 51,00
Paquete 2	\$ 25,00	\$ 21,00
Paquete 3	\$ 40,00	\$ 35,00

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 112. Ingresos económicos del primer año

INGRESOS ECONÓMICOS POR PAQUETE	GRUPOS DE 1 A 5 PAX	GRUPOS DE MÁS DE 5 PAX	SUBTOTAL
Paquete 1	\$ 106.241,89	\$ 5.764,19	\$ 112.006,07
Paquete 2	\$ 44.267,45	\$ 2.373,49	\$ 46.640,94
Paquete 3	\$ 57.207,17	\$ 3.195,08	\$ 60.402,25
Total			\$ 219.049,26

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 113. Estructura de ingresos

INGRESOS DEL PROYECTO					
PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Paquete 1	\$ 112.006,07	\$ 118.726,44	\$ 125.850,02	\$ 133.401,02	\$ 141.405,09
Paquete 2	\$ 46.640,94	\$ 49.439,40	\$ 52.405,76	\$ 55.550,11	\$ 58.883,11
Paquete 3	\$ 60.402,25	\$ 64.026,39	\$ 67.867,97	\$ 71.940,05	\$ 76.256,45
Total	\$ 219.049,26	\$ 232.192,22	\$ 246.123,75	\$ 260.891,18	\$ 276.544,65

Elaborado por: Cristina Paredes.

j. Estado proforma de resultados**Cuadro N° 114. Estado proforma de resultados**

ESTADO PROFORMA DE RESULTADOS					
RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	\$ 219.049,26	\$ 232.192,22	\$ 246.123,75	\$ 260.891,18	\$ 276.544,65
- Costos de producción	\$ 82.039,83	\$ 90.530,71	\$ 99.583,79	\$ 109.542,16	\$ 120.496,38
(=) Utilidad Bruta	\$ 137.009,44	\$ 141.661,51	\$ 146.539,97	\$ 151.349,01	\$ 156.048,27
-Costos de administración	\$ 42.012,00	\$ 46.258,80	\$ 51.013,80	\$ 56.327,84	\$ 62.289,06
-Costos de ventas	\$ 1.740,00	\$ 1.914,00	\$ 2.105,40	\$ 2.315,94	\$ 2.547,53
(=) Utilidad operativa	\$ 93.257,44	\$ 93.488,71	\$ 93.420,77	\$ 92.705,23	\$ 91.211,68
-Costo financiero	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86
Activo diferido	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76
(=) Utilidad	\$ 92.467,81	\$ 92.699,08	\$ 92.631,14	\$ 91.915,61	\$ 90.422,05

neta antes de rep de utilidades					
- Reparto de utilidades 15%	\$ 13.870,17	\$ 13.904,86	\$ 13.894,67	\$ 13.787,34	\$ 13.563,31
(=) Utilidad neta antes de impuestos	\$ 78.597,64	\$ 78.794,22	\$ 78.736,47	\$ 78.128,27	\$ 76.858,75
- Impuestos 25%	\$ 19.649,41	\$ 19.698,55	\$ 19.684,12	\$ 19.532,07	\$ 19.214,69
(=) Utilidad neta	\$ 58.948,23	\$ 59.095,66	\$ 59.052,35	\$ 58.596,20	\$ 57.644,06

Elaborado por: Cristina Paredes.

k. Balance general

Cuadro N° 115. Balance general

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	\$ 2.648,80	\$ 2.775,94	\$ 2.909,19	\$ 3.048,83	\$ 3.195,17	\$ 3.348,54
Activo fijo	\$ 58.110,00	\$ 58.110,00	\$ 58.110,00	\$ 58.110,00	\$ 58.110,00	\$ 58.110,00
Depreciación acumulada		\$ 6.504,00	\$ 6.504,00	\$ 6.504,00	\$ 6.494,00	\$ 6.494,00
Ac. diferidos (valor anual de amortización)		\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 60.758,80	\$ 54.911,70	\$ 55.044,95	\$ 55.184,59	\$ 55.340,93	\$ 55.494,30
Pasivo corriente (intereses)		\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86
Pasivo. Largo plazo. (préstamo)		\$ 12.071,86	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86
Patrimonio	\$ 41.394,80	\$ 53.466,66	\$ 65.538,53	\$ 77.610,39	\$ 89.682,26	\$ 101.754,12
UTILIDAD EJERCICIO (Utilidad neta)		\$ 58.948,23	\$ 59.095,66	\$ 59.052,35	\$ 58.596,20	\$ 57.644,06
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 41.394,80	\$ 124.746,62	\$ 136.965,92	\$ 148.994,47	\$ 160.610,18	\$ 171.729,91

Elaborado por: Cristina Paredes.

1. Flujo de caja

Cuadro N° 116. Flujo de caja

	RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
+	VENTAS		\$ 219.049,26	\$ 232.192,22	\$ 246.123,75	\$ 260.891,18	\$ 276.544,65
-	COST. PRODUCC.		\$ 82.039,83	\$ 90.530,71	\$ 99.583,79	\$ 109.542,16	\$ 120.496,38
-	COSTOS. ADMINIS.		\$ 42.012,00	\$ 46.258,80	\$ 51.013,80	\$ 56.327,84	\$ 62.289,06
-	COSTOS VENTAS		\$ 1.740,00	\$ 1.914,00	\$ 2.105,40	\$ 2.315,94	\$ 2.547,53
-	COSTOS FINANCIEROS		\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86	\$ 259,86
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76	\$ 529,76
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		\$ 92.467,81	\$ 92.699,08	\$ 92.631,14	\$ 91.915,61	\$ 90.422,05
-	REPARTO UTILIDADES		\$ 13.870,17	\$ 13.904,86	\$ 13.894,67	\$ 13.787,34	\$ 13.563,31
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		\$ 78.597,64	\$ 78.794,22	\$ 78.736,47	\$ 78.128,27	\$ 76.858,75
-	IMPUESTO		\$ 19.649,41	\$ 19.698,55	\$ 19.684,12	\$ 19.532,07	\$ 19.214,69
=	UTILIDAD NETA		\$ 58.948,23	\$ 59.095,66	\$ 59.052,35	\$ 58.596,20	\$ 57.644,06
+	DEPRECIACIONES		\$ 6.504,00	\$ 6.504,00	\$ 6.504,00	\$ 6.494,00	\$ 6.494,00
-	Terreno	\$ 6.000,00					
-	Edificaciones	\$ 20.000,00					
-	Vehículo de trabajo	\$ 30.000,00					

	Equipo de computo	\$ 1.320,00					
	Equipo de oficina	\$ 100,00					
	Muebles y enseres	\$ 690,00					
-	INV. ACT. DIFERIDO	\$ 2.648,80					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 39.696,00					
-							
-							
+							
-	AMORT. PRESTAMO		\$ 12.071,86	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86	\$ 12.071,86
	FLUJO DE CAJA	-\$ 100.254,80	\$ 40.372,37	\$ 40.519,80	\$ 40.476,49	\$ 40.030,34	\$ 39.078,20

Elaborado por: Cristina Paredes.

2. Estudio Financiero

Cuadro N° 117. VAN, TIR, RC-B

Valor Presente Neto (VPN)	\$ 29.930,95
Tasa Interna de Retorno (TIR)	28,81%
Relación Beneficio-Costo	\$ 2,00

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 118. Período de recuperación del capital

Periodo de recuperación del capital	(\$100.254,8)	(\$59.882,4)	(\$19.362,6)	\$21.113,8	\$61.144,2	\$100.222
--	---------------	--------------	--------------	------------	------------	-----------

Elaborado por: Cristina Paredes.

Cuadro N° 119. Punto de equilibrio

Precio de venta	\$ 38,67
Costo de producción unitario	\$ 23,20
Costos fijos	\$ 44.541,62
Depreciación	\$ 6.504,00

Unidades en punto de equilibrio	3.300
Ingresos en punto de equilibrio	\$ 127.614,06

Elaborado por: Cristina Paredes.

VI. CONCLUSIONES

- A.** El diagnóstico del cantón Chillanes, muestra una serie de problemas relacionados con la falta de señalización turística, además la inexistencia de planta turística en el centro parroquial, que es en donde se encuentran las potencialidades como lo refleja el inventario de atractivos, con un total de 7 atractivos naturales de jerarquía I (75%), II (25%), entre los que se encuentran el Bosque protector Chillanes-Bucay, Cascada de piedra blanca, lagunas de Tiquibuzo y San Juan de Azapi, mirador de Torreloma, Bosque nativo de Tiquibuzo y Rio el oro, 3 atractivos culturales que son: Iglesia Santa Rita de Casia, Carnaval de Chillanes y fiestas patronales de Santa Rita de Casia; así como también patrimonio inmaterial en un 100% como atractivo cultural, entre los que se tiene leyendas, juegos populares, fiestas, y comida tradicional de su gente. En conjunto forman una gama de motivos de visitas tanto de turistas nacionales como extranjeros, proporcionando así una alternativa de desarrollo comunitario para los habitantes de la parroquia.
- B.** El estudio de mercado permitió conocer los gustos y preferencias de los turistas nacionales que llegan al cantón Chillanes; indicando que existe un 93% de aceptación para comprar paquetes turísticos, y obteniendo una cuota total de mercado de 5687 turistas al año; por lo cual los paquetes turísticos presentados procuran ajustarse a las necesidades de los turistas así como de la oferta cantonal.
- C.** El diseño técnico del producto se encuentra elaborado en base al estudio de mercado, se ha diseñado 3 paquetes turísticos definidos, de uno y dos días respectivamente; los mismos que serán ofertados a través de la venta directa, su principal medio el internet y por medio de alianzas estratégicas con operadoras cercanas.
- D.** El estudio legal administrativo y de operación fue determinado en base a los procesos y actividades que realiza el sistema de prestación de servicios, por ello se determinó claramente las responsabilidades de cargos de manera sencilla y de

fácil implementación cumpliendo con las leyes y reglamentos que regulan el sistema turístico.

- E.** Ambientalmente el desarrollo de las actividades propuestas en el producto turístico es viable ya que los impactos positivos (435) superan a los negativos (234) lo que significa que no causará impactos ambientales de gran magnitud.
- F.** En el estudio económico-financiero se determinaron los indicadores financieros que dio como resultado un Valor actual neto de \$ 29.930,95, una Tasa Interna de Retorno del 28.81%, una relación costo beneficio del \$ 2.00, con lo cual el capital se recuperará en el tercer año, por lo que se concluye que el proyecto es factible.

VII. RECOMENDACIONES

- A.** Proponer un modelo de gestión de turismo comunitario, para los pobladores del cantón Chillanes, para generar exceptiva y organización y de esta manera poner las bases sólidas dentro del sistema turístico comunitario; además gestionar la implementación de la presente propuesta con el GAD cantonal, con el objetivo de integrar al turismo comunitario en la parroquia.
- B.** El estudio de mercado es una herramienta que sirve para determinar los gustos y preferencias de los turistas, por lo que se recomienda tomarlo en cuenta en la ejecución del proyecto dentro de los servicios turísticos. Además dentro de los medios de comercialización realizar alianzas estratégicas con agencias u operadoras turísticas tanto de las ciudades de Guaranda y Bucay para dar a conocer el producto
- C.** Los servicios turísticos fueron diseñados en base al consumo aparente de los turistas por lo que se recomienda seguir los lineamientos propuestos en este documento.
- D.** Capacitar en forma continua al personal, para garantizar un servicio de calidad. Involucrar a los pobladores que participarán de la actividad turística, para garantizar el funcionamiento del proyecto para los años estimados.
- E.** Poner en ejecución las medidas de mitigación una vez puesto en marcha el proyecto, para evitar que los impactos generen consecuencias tanto en la población como en el medio ambiente.
- F.** Actualizar periódicamente los precios de venta de los paquetes turísticos, de acuerdo a las condiciones del mercado y la calidad del producto ofertado.

VIII. RESUMEN

La presente investigación propone: determinar la factibilidad para la creación de un producto turístico para el cantón Chillanes, Provincia de Bolívar; con un trabajo de campo, información primaria y secundaria, donde se establece el diagnóstico situacional, estudio de mercado, diseño técnico del producto, estudio ambiental, estudio administrativo legal y el análisis económico financiero. Se realizó las matrices FODA Y CPES en donde se identificó aspectos importantes a ser considerados al emprender en la actividad turística. La jerarquía de sus atractivos naturales es I y II. El 93% de los turistas encuestados se encuentran interesados en comprar paquetes turísticos. Para el diseño técnico se propone 3 paquetes: “Encanto natural en un solo lugar” de dos días, “Belleza paisajística entre lagunas” de un día, “Chillanes, tesoro escondido de aventura, relax y encanto natural” de un día, los precios son \$60, \$25 y \$40 por pax respectivamente, con facilidades turísticas como: alimentación, guianza, transporte, señalización, indispensables para la operación turística. Se propone la venta directa y a través de agencias de viajes, garantizando así que forme parte de un mercado competitivo. La figura legal bajo la cual se llevará a cabo las actividades turísticas será una unidad de economía popular y solidaria. Dentro del estudio ambiental se propone medidas de mitigación que atienden a los impactos mínimos que se generarán durante el desarrollo del proyecto. La factibilidad financiera del proyecto con respecto a la inversión inicial está determinada en la TIR que es del 28%; por lo que se concluye que el proyecto es factible.



IX. SUMMARY

The following research proposes determining the feasibility for the creation of a tourist product for Chillanes canton, Bolivar province by means of field trip research, it was possible to obtain primary and secondary information where the situational analysis, marketing study, technical desing of the product, environmental study, legal and administrative study, and financial-economical study were carried out. SWOT and CPES matrix were also carried out in order to identify relevant aspects to be considered when beginning the tourist activity. The hierarchy of its natural attractions is I and II. 93% of surveyed tourists are interested in buying tourist packages. In order to have a technical desing, three packages are proposed, they are: “Encanto natural en un solo lugar” (two-day trip), “Belleza paisajística entre lagunas” (one-day trip), “Chillanes tesoro escondido de aventura, relax y encanto natural” (one-day trip), the prices are: \$60, \$25, and \$40 dollars respectively, with the corresponding tourist facilities such as: food, transportation, guidance and signage which are essential for the tourist operation. Direct selling as well as through travel agencies is proposed, warrating to make it part of the competitive market. The legal aspect which will rule the tourist activities will be a popular and inclusive economy. Within the environmental study, some actions for relieving the minimal impact caused by the implementation of the project will be carried out. The financial feasibility of the project related to the initial investment is determined by the Internal Rate of Return (28%), thus it is concluded that the project is feasible.



X. BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA, G. (1998). *Proyectos Formulación, Evaluación y control*. Colombia: AC Editores.

BIRMIHAN. (2013). *Fundamentos de administración financiera*. Recuperado el 12 de diciembre del 2013 Disponible en: www.muece.org.ar/pdf/apuntes/contador/654/C654T01.doc

COBRA, M. (2003). *Marketing de servicios, estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación*. Colombia: Editorial McGraw-Hill.

CHAVIANO, M. & HERNÁNDEZ, Y. (2007). *Diseño de un producto turístico*. Recuperado el 11 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://es.slideshare.net/frankorojas/clase-4-diseo-de-productos-tursticos>

GÓMEZ G. (2013). *Evaluación de alternativas de inversión*. Recuperado el 5 de Julio del 2014. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos26/bc.htm>

GURRÍA, A. (1996). *El producto turístico y el estudio de mercado*. Recuperado el 12 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://web.ua.es/es/revistageographosgiecryal/documentos/.pdf?noCache=1356600583859>

GURRÍA, M. (1991). *Introducción al turismo*. México: Editorial Trillas.

HERNÁNDEZ, E. (1997). *Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación*. México: Editorial Trillas.

LUQUE, Y. (2009). *Definición de Turismo*. Recuperado el 10 de diciembre del 2013. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

- LLONGO, V. (2011). *Plan de desarrollo turístico para el cantón Chillanes, provincia de Bolívar*. Memoria de tesis de grado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Riobamba-Ecuador.
- MAE, (2012). *Sistema Nacional de áreas protegidas*. Recuperado el 4 de diciembre del 2014. Disponible en: <http://www.ambiente.gob.ec/sistema-nacionalde-areas-protegidas/>
- MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador). (2004). *Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos*. Quito-Ecuador.
- OCAMPO, J. (2005). *Costo y evaluación de proyectos*. Primera edición. México: Editorial Continental.
- OMT (Organización Mundial de Turismo). (2014). *Glosario básico de turismo*. Recuperado el 3 agosto del 2014. Disponible en: http://sistemanacionaldecapacitacionturismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/10_glosario
- SANTILLAN, R. (2005). *Tecnología y medio Ambiente*. Texto básico, Facultad de mecánica. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba – Ecuador.
- TIERRA, P. (2008). *Paquetes Turísticos*, texto Básico. Facultad de Recursos naturales. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba – Ecuador.
- TIERRA P. (2008), *Planificación Territorial*, texto Básico. Facultad de Recursos naturales. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba – Ecuador.
- VALDIVIEZO, J. (2010). *Plan de desarrollo turístico del cantón General Antonio Elizalde (Bucay), Provincia del Guayas*. Memoria de tesis de grado. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Riobamba-Ecuador.
- YUCTA, P. (2002) *Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos*. Facultad de Recursos naturales. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba-Ecuador.

XI. ANEXOS

Anexo N° 01: Ficha para el levantamiento de Información de Atractivos

1. DATOS GENERALES	
1.1 Encuestador:	1.2 Ficha N°
1.3 Supervisor Evaluador:	1.4 Fecha:
1.5 Nombre del Atractivo:	
1.6 Categoría:	
1.7 Tipo:	
1.8 Subtipo:	
Fotografía No.	
2. UBICACIÓN	
2.1 Provincia:	2.2 Ciudad y/o Cantón:
2.3 Parroquia:	
2.4 Latitud:	2.5 Longitud:
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO	
3.1 Nombre del poblado:	3.2 Distancia:
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
4.1 Altitud:	
4.2 Temperatura:	
4.3 Precipitación Pluviométrica:	
4.4 Ubicación del Atractivo	
4.5 Descripción del atractivo	
4.6 Atractivos individuales que lo conforman: •	
4.7 Permisos y Restricciones	
4.8 Usos	
4.8.1 Usos Actuales	
4.8.2 Usos Potenciales	
4.8.3 Necesidades turísticas	

4.9 Impactos		
4.9.1 Impactos positivos		
4.9.2 Impactos negativos		
5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:		
5.1 Estado:		
5.2 Causas:		
6. ENTORNO:		
6.1 Entorno:		
6.2 Causas:		
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO		
7.1 Tipo:	7.2 Subtipo:	
7.3 Estado de Vías:	7.4 Transporte:	
7.5 Frecuencias:	7.6 Temporalidad de acceso:	
7.7 Observaciones:		
8. FACILIDADES TURÍSTICAS		
9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA		
9.1 Agua:		
9.2 Energía Eléctrica:		
9.3 Alcantarillado:		
10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.		
10.1 Nombre del atractivo:	10.2 Distancia:	
11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:		
11.1 Difusión:		
12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO		
VARIABLE	FACTOR	PUNTOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco b) Valor extrínseco c) Entorno d) Estado de Conservación y/o Organización	

APOYO	a) Acceso b) Servicios c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local b) Provincial c) Nacional d) Internacional	
TOTAL		
13. JERARQUIZACIÓN		

Anexo N° 02: Encuesta



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Reciba un cordial saludo.

El objetivo de esta encuesta, es establecer las características para la creación de un Producto Turístico, en el cantón Chillanes, provincia de Bolívar.

1. ¿Cuál es su lugar de origen?_____

2. Género: Masculino () Femenino()

3. Educación:

Ninguna () Primaria ()
 Secundaria () Superior ()
 Post –Grado ()

4. Edad:

15-25 años () 25-40 años ()
 40-50 años () 51- 61 años ()
 Más de 61 años ()

5. Estado civil

Soltero () Divorciado ()
 Casado () Otros ()

6. Ocupación:

Empleado público ()
Empleado Privado ()
Estudiante ()
Jubilado ()

7. ¿Cuál es el motivo de su visita a la provincia de Bolívar?

Vacaciones () Visita a familiares /amigos ()
Congresos/con convenciones () Negocios/ trabajo ()
Estudios () Investigación ()
Otros ()

8. Generalmente Ud. viaja:

Solo () Entre 2 personas () Entre 3-5 personas () Más de 5 personas ()

9. ¿Cuántos días permanecerá en la provincia de Bolívar?

1 día () 2 a 3 días ()
3 a 5 días () más de 5 días ()

10. ¿Con qué frecuencia realiza actividades turísticas?

Una vez al año () Dos veces en el año () Más de dos veces en el año ()

11. ¿Qué tipo de turismo prefiere?

Turismo Cultural ()
Turismo de Aventura ()
Turismo Comunitario ()
Ecoturismo ()
Agroturismo ()
Turismo científico ()

12. ¿De las siguientes actividades turísticas; seleccione una, la que más le gustaría realizar en la provincia de Bolívar?

Trekking () Camping ()
Biking () Turismo comunitario ()
Observación de flora y fauna ()
Canyoning ()
Otras ()

13. ¿Qué tipo de alojamiento prefiere usted al realizar actividades turísticas?

Hoteles () Hosterías () Campamentos () Centros Comunitarios ()

14. ¿Qué tipo de alimentación prefiere?

Vegetariana () Platos a la carta ()
Tradicional del sector () Gourmet ()

15. ¿Cómo obtiene información acerca de lugares turísticos?

Radio ()
Televisión ()
Prensa escrita ()
Internet ()
Guías de turismo ()

Agencias de viajes ()
Amigos /familiares ()
Revistas ()
Otros ()

16. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por día en actividades turísticas?

25-60 dólares () 50-100 dólares () más de 100 dólares ()

17. ¿Cómo acostumbra hacer sus pagos?

Efectivo ()
Tarjeta de crédito ()

18. ¿Estaría dispuesto usted a comprar paquetes turísticos?

Si () No ()

MUCHAS GRACIAS ☺

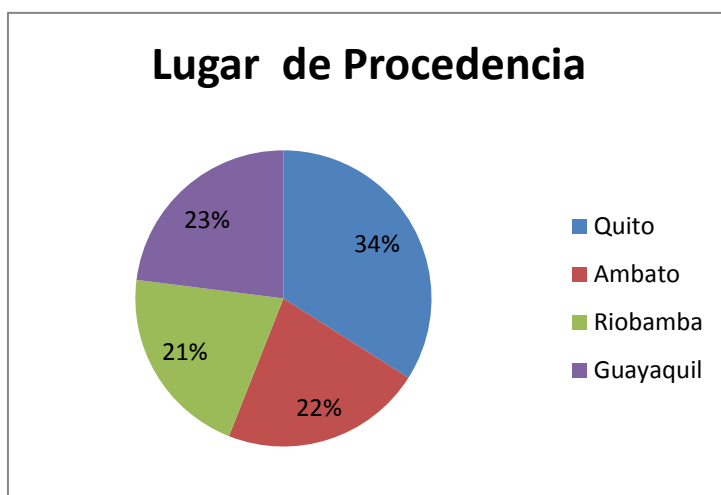
Anexo N° 03: Ficha del MINTUR para resumen de atractivos turísticos naturales y culturales

[illegible]

Anexo N° 04: Gráficos de porcentajes obtenidos en la aplicación de encuestas para el estudio de la demanda

a. Lugar de procedencia

Gráfico N° 26. Lugar de procedencia

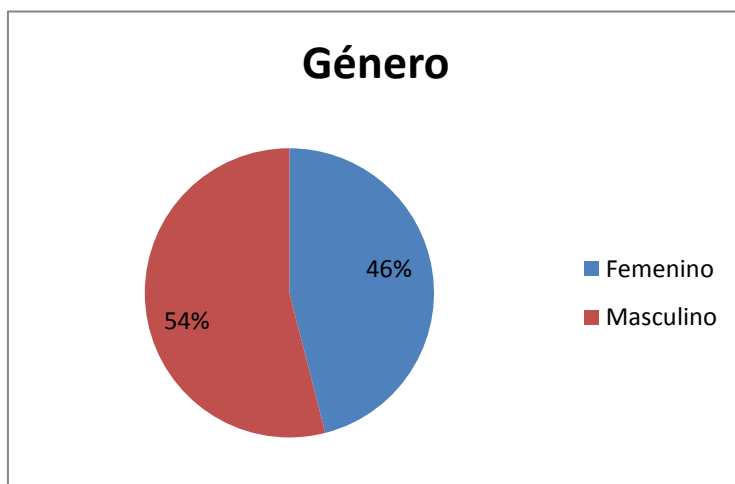


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

b. Género

Gráfico N° 27. Género

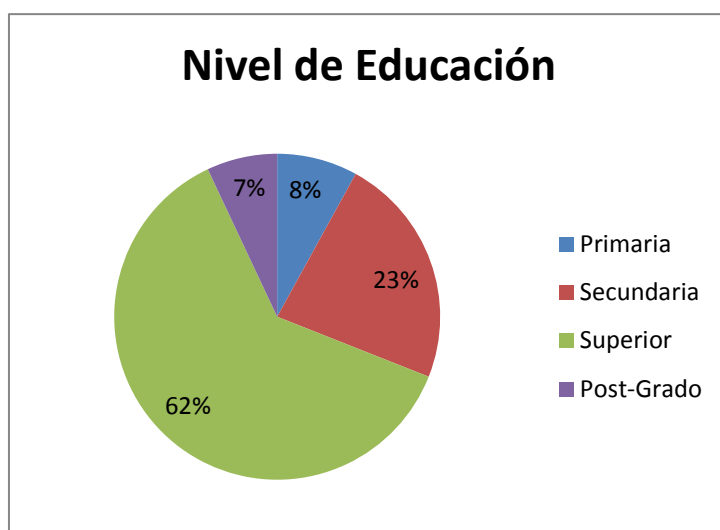


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

c. Nivel de Educación

Gráfico N° 28. Nivel de Educación

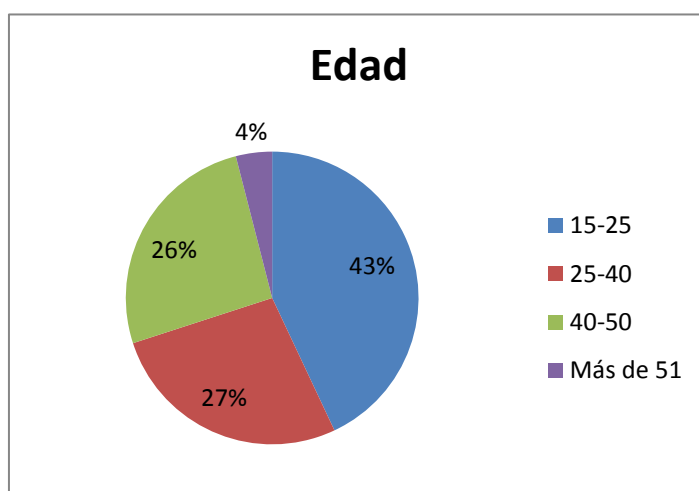


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

d. Edad

Gráfico N° 29. Edad

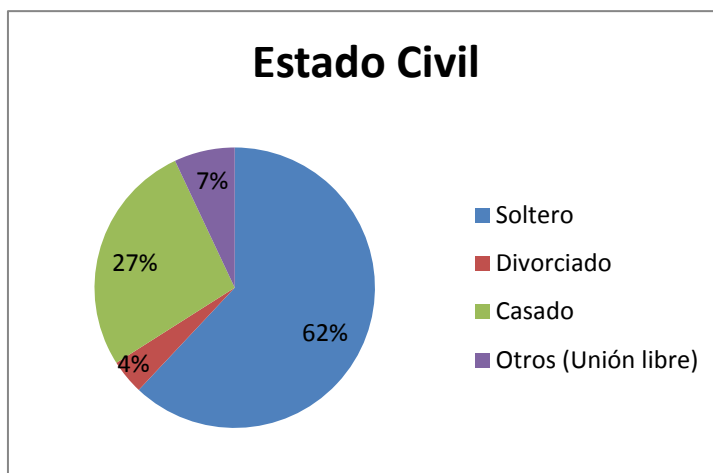


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

e. Estado civil

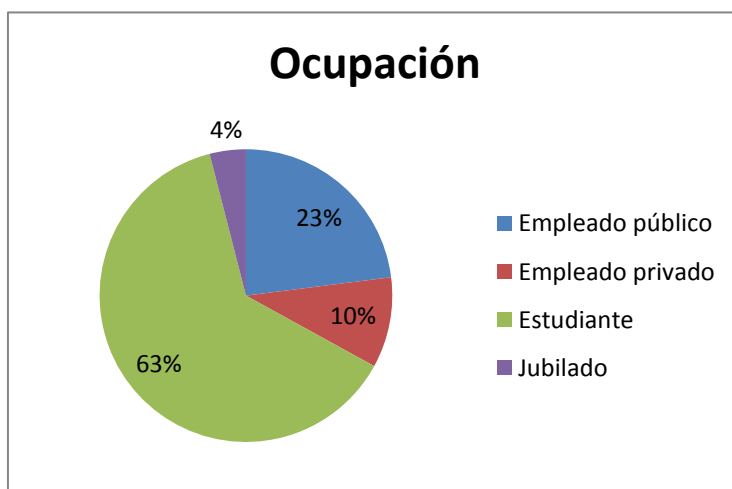
Gráfico N° 30. Estado civil



Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014
Elaborado por: Cristina Paredes

f. Ocupación

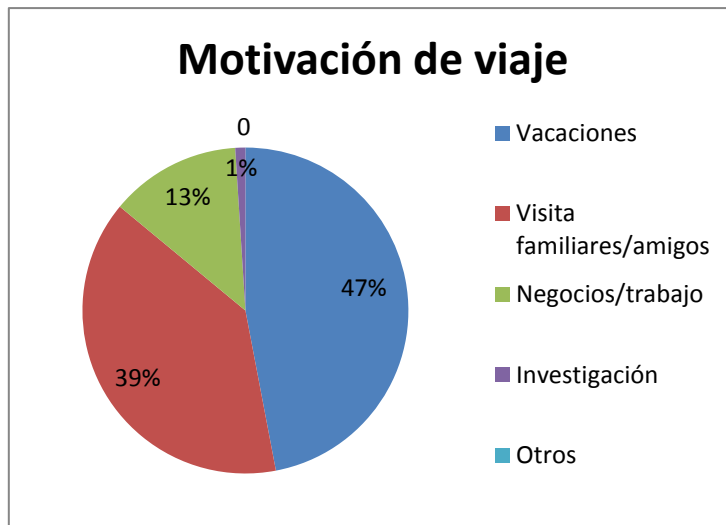
Gráfico N° 31. Ocupación



Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014
Elaborado por: Cristina Paredes

g. Motivación de viaje

Gráfico N° 32. Motivación de viaje

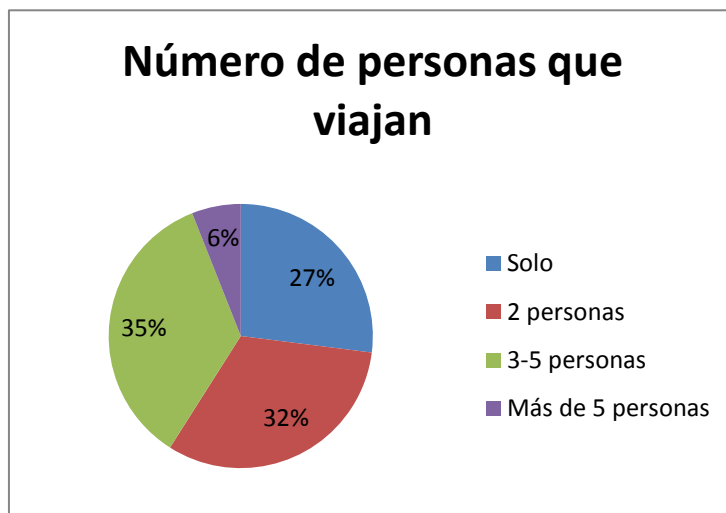


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

h. Número de personas que viajan

Gráfico N° 33. Número de personas que viajan

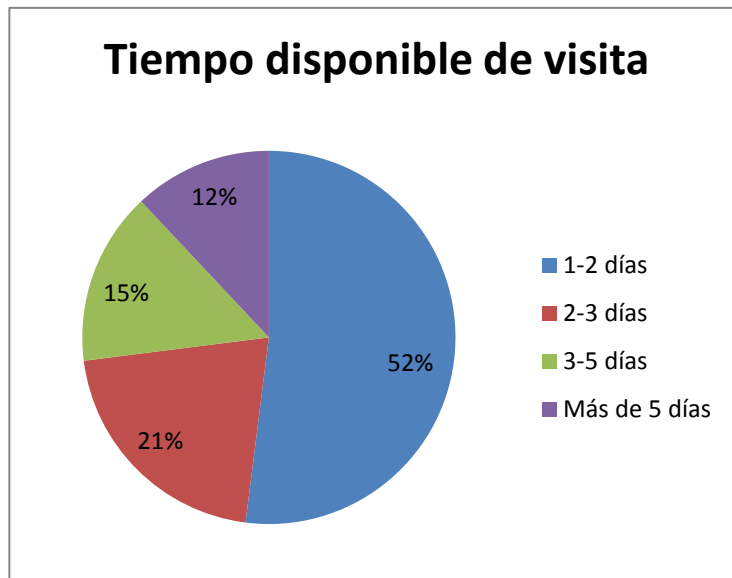


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

i. Tiempo disponible de visita

Gráfico N° 34. Tiempo disponible de visita

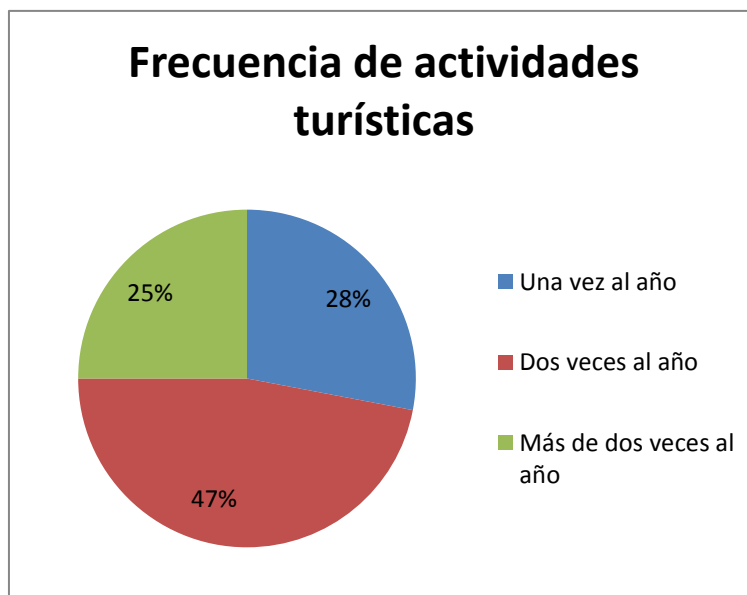


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

j. Frecuencia con la que realizan actividades turísticas

Gráfico N° 35. Frecuencia con la que realizan actividades turísticas

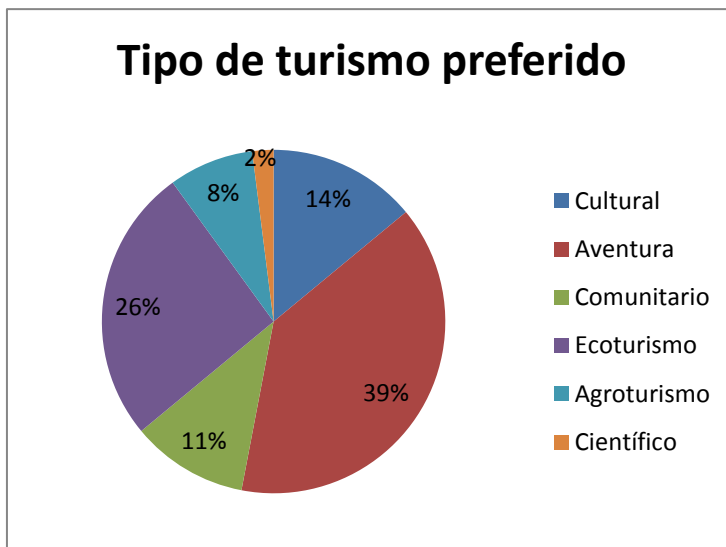


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

k. Tipo de turismo preferido

Gráfico N° 36. Tipo de turismo preferido



Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

l. Actividades a incluirse en el producto turístico

Gráfico N° 37. Actividades a incluirse en el producto turístico

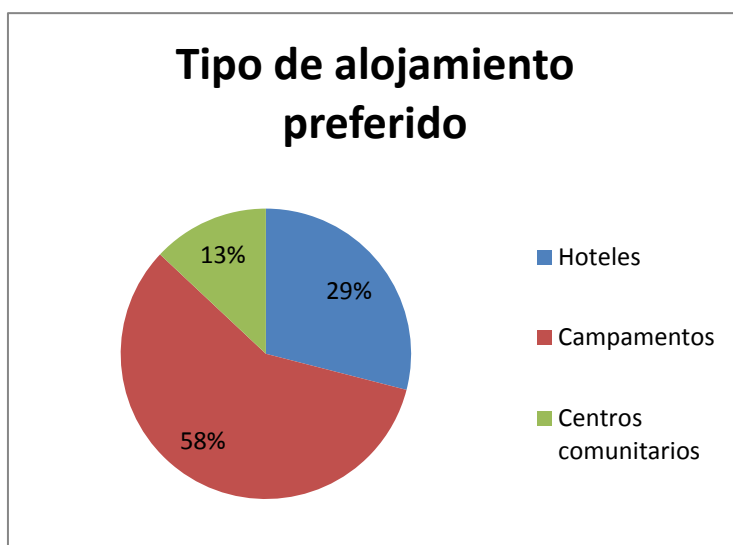


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

m. Tipo de alojamiento preferido

Gráfico N° 38. Tipo de alojamiento preferido

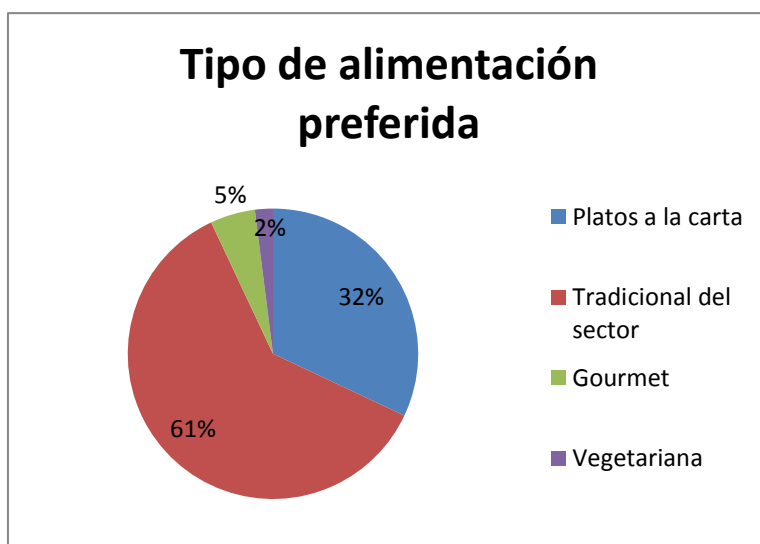


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

n. Tipo de alimentación preferida

Gráfico N° 39. Tipo de alimentación preferida

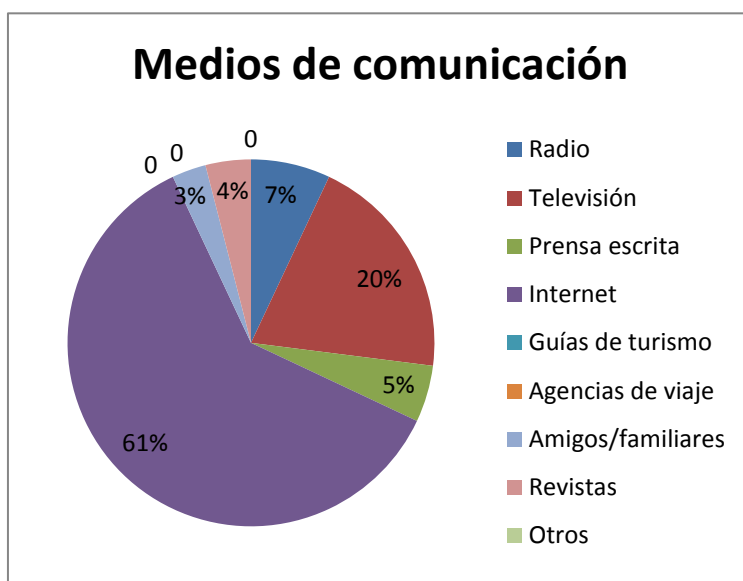


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

o. Medios de comunicación

Gráfico N° 40. Medios de comunicación

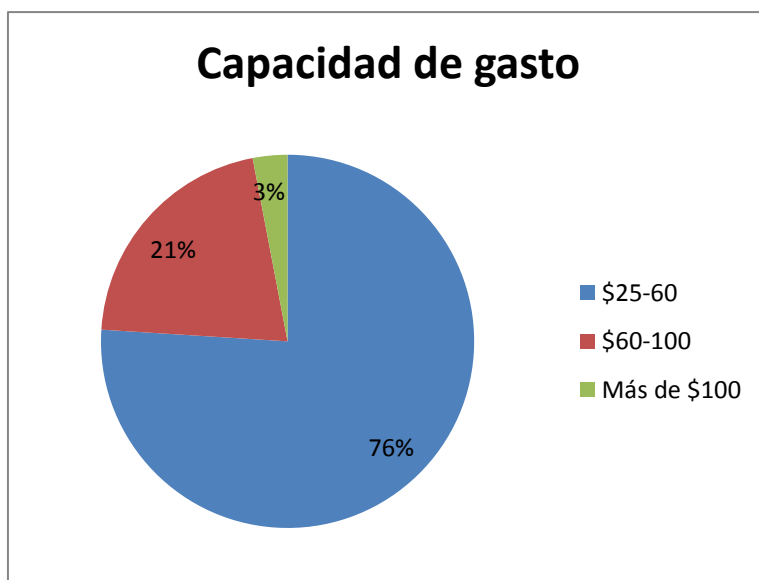


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

p. Capacidad de gasto

Gráfico N° 41. Capacidad de gasto



Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

q. Forma de pago

Gráfico N° 42. Forma de pago

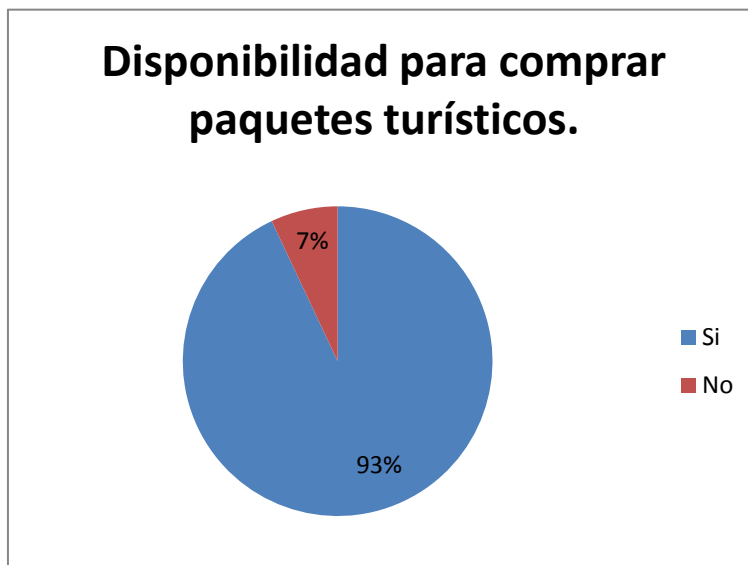


Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

r. Disponibilidad para comprar paquetes turísticos

Gráfico N° 43. Disponibilidad para comprar paquetes turísticos



Fuente: Encuestas realizadas a turistas nacionales 2014

Elaborado por: Cristina Paredes

Anexo N° 05: Análisis de costos unitarios Señalética

a. Presupuesto Valla de Bienvenida a la Parroquia

INSTITUCION: GOBIERNO PARROQUIAL DE CHILLANES

PROYECTO: DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL CANTÓN CHILLANES

UBICACIÓN: PARROQUIA CHILLANES, CANTÓN CHILLANES

OFERENTE: CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

ELABORADO POR: CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

FECHA: 15/12/2014

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL	
001	Limpieza y desbroce de terreno	m2	12.4	4.11	50.96	
002	Excavación de zapatas	m3	0.10	8.05	0.81	
003	Encofrado de madera	m2	1.20	93.25	111.90	
004	Hormigón ciclópeo	m3	0.86	81.13	69.77	
005	Colocación de varilla	u	8	9.22	73.76	
006	Poste tubular recto	u	2	200.12	400.24	
007	Codo tubular	u	1	140.12	140.12	
008	Colocación viga 2.44m L x 38cm de diámetro	u	2	1700.28	3400.56	
009	Colocación viga 6 m L x 38cm de diámetro	u	2	1085.82	2171.64	
010	Colocación de estructura de pantalla	u	2	225.42	450.84	
011	Colocación pantalla en obra	u	2	1380.34	2760.68	
						=====
TOTAL			9631.28			

b. Presupuesto Tótem Atractivo**INSTITUCION:** GOBIERNO PARROQUIAL DE CHILLANES**PROYECTO:** DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL CANTÓN CHILLANES**UBICACIÓN:** PARROQUIA CHILLANES, CANTÓN CHILLANES**OFERENTE:** CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA**ELABORADO POR:** CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA**FECHA:** 15/12/2014

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
001	Limpieza y desbroce de terreno	m2	0.72	4.11	2.96
002	Excavación de zapatas	m3	0.10	8.05	0.81
004	Hormigón ciclópeo	m3	0.14	81.13	11.36
005	Colocación de varilla	u	11	9.22	101.42
012	Colocación plancha de tol galvanizado	u	2	45.87	91.74
013	Colocación de espárragos 0.30 de longitud	u	1	130.70	130.70
014	Pantalla tótem en obra	u	2	585.12	1170.24
=====					
TOTAL			1509.23		

c. Presupuesto Letrero orientativo de atractivos y servicios

INSTITUCION: GOBIERNO PARROQUIAL DE CHILLANES

PROYECTO: DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL CANTÓN CHILLANES

UBICACIÓN: PARROQUIA CHILLANES, CANTÓN CHILLANES

OFERENTE: CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

ELABORADO POR: CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

FECHA: 15/12/2014

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL	
001	Limpieza y desbroce de terreno		m2	2.72	4.11	11.18
002	Excavación de zapatas		m3	0.10	8.05	0.81
004	Hormigón ciclópeo		m3	0.87	81.13	70.58
005	Colocación de varilla		u	8	9.22	73.76
010	Colocación de estructura de pantalla		u	1	225.42	225.42
011	Colocación pantalla en obra		u	1	141.50	141.50
015	Colocación canastilla de acero		u	1	49.63	49.63
016	Parantes 2" x 2" x 3m L		u	2	87.32	174.64
						=====
TOTAL					747.52	

d. Presupuesto Pictograma restrictivo

INSTITUCION: GOBIERNO PARROQUIAL DE CHILLANES

PROYECTO: DISEÑO DE UN SISTEMA DE SEÑALIZACIÓN PARA EL CANTÓN CHILLANES

UBICACIÓN: PARROQUIA CHILLANES, CANTÓN CHILLANES

OFERENTE: CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

ELABORADO POR: CRISTINA NATALÍ PAREDES AGUALSACA

FECHA: 15/12/2014

ITEM	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL	
001	Limpieza y desbroce de terreno		m2	0.35	4.11	1.44
002	Excavación de zapatas		m3	0.15	8.05	1.21
004	Hormigón ciclópeo		m3	0.15	20.13	3.02
010	Colocación de estructura de pantalla		u	1	30.42	30.42
011	Pantalla en obra		u	1	29.50	29.50
016	Parantes 2" x 2" x 3m Longitud		u	2	67.32	134.64
						=====
TOTAL			200.23			